

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ УКРАЇНИ  
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
за спеціальністю 242 Туризм,  
освітньою програмою «Туристично-екскурсійне обслуговування»

на тему: **«ІННОВАЦІЇ В ЕКОЛОГІЧНОМУ ТУРИЗМІ»**

здобувача вищої освіти  
першого (бакалаврського) рівня  
Дейни Вікторії Олегівни

Науковий керівник: Бабушко С. Р.  
доктор педагогічних наук, професор

Рецензент: Кучерява Г. О.  
декан факультету туризму, бізнесу і психології  
Київського національного лінгвістичного  
університету, кандидат географічних наук,  
доцент

Рекомендовано до захисту на засіданні  
кафедри (протокол № 10 від 12.04. 2023 р.)

Завідувач кафедри: Бабушко С. Р.  
доктор педагогічних наук, професор



**Київ – 2023**

## ЗМІСТ

<b>АНОТАЦІЯ. ANNOTATION.....</b>	<b>3</b>
<b>ВСТУП.....</b>	
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ</b>	
<b>ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ЕКОЛОГІЧНОМУ ТУРИЗМІ ..</b>	<b>4</b>
1.1. Базові терміни дослідження.....	4
1.2. Сутність інновацій в екологічному туризмі. ....	21
1.3. Ступінь дослідженості проблеми.....	31
<b>РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ</b>	
<b>ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ЕКОТУРИЗМІ.....</b>	<b>40</b>
2.1. Світовий досвід розвитку екотуризму із застосуванням інноваційних технологій.....	40
2.2. Інноваційні тенденції розвитку екотуризму на сучасному етапі.....	51
2.3. Аналіз стану впровадження інновацій в екологічному туризмі в Україні.....	60
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ</b>	
<b>ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>69</b>
3.1. Проблеми і перешкоди у розвитку екотуризму та впровадженні інновацій .....	69
3.2. Авторські пропозиції з подальшого розвитку екологічного туризму та використання інновацій .....	74
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>84</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>89</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>97</b>

## **АНОТАЦІЯ**

**Дейна В. О. Інновації в екологічному туризмі. – Рукопис.**

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм, спеціалізації «Туристично-екскурсійне обслуговування». – Національний університет фізичного виховання і спорту України, Київ. 2023.

Кваліфікаційну роботу присвячено висвітленню інновацій в екологічному туризмі; розкрито їх сутність та інші базові терміни дослідження. Авторкою проаналізовано сучасний стан екологічного туризму через дослідження світового досвіду його розвитку із застосуванням інноваційних технологій. На основі отриманих результатів було виокремлено головні тенденції в екологічному туризмі. Також проаналізовано стан впровадження інноваційних технологій в цьому сегменті туризму в Україні. Вивчення проблем і перешкод у розвитку екотуризму уможливило напрацювання авторських пропозицій з подальшого розвитку екотуризму та використання інновацій .

**Ключові слова:** *екологічний туризм, інновації, інноваційні технології, світовий досвід, Україна, проблеми, авторські пропозиції..*

## **ANNOTATION**

**Deina V. O. Innovations in Ecological Tourism. – Manuscript.**

Graduation qualification paper in the specialty 242 Tourism, specialization “Tourism and Excursion Service”. – National University of Ukraine on Physical Education and Sport, Kyiv, 2023.

The qualification paper is dedicated to highlighting innovations in ecological tourism; their essence and other basic research terms were revealed. The author analyzed the current state of ecological tourism through the study of the world experience of its development with the use of innovative technologies. Based on the obtained results, the main trends in ecological tourism were identified. The state of innovative technologies implementation in this segment of tourism in Ukraine was also examined. The study of problems and obstacles in the development of ecotourism made it possible to develop the author's proposals for the further development of ecotourism and the use of innovations in it.

**Keywords:** *ecological tourism, innovations, innovative technologies, world experience, Ukraine, problems, author's proposals.*

## ВСТУП

**Актуальність теми та постановка проблеми.** Нині через загострення глобальної екологічної ситуації у світі надзвичайно зросла популярність екологічних ініціатив, що сприяло виникненню попиту на екологічні подорожі та тури. Це засвідчується офіційними статистичними даними ВТО, згідно яких частка цих подорожей становить від 7% до 20% загального обсягу поїздок у світі в залежності від регіонів. Темпи зростання обсягів екологічного туризму складають в середньому від 10% до 30% на рік. Їхня питома вага в доходах міжнародного туризму складає 10-15%. Частка екологічно налаштованих туристів становить в середньому 15% загальної кількості туристів у світі. Зважаючи на викладене, можна констатувати, що екологічний туризм є одним з п'яти ключових стратегічних напрямів розвитку світової туристичної індустрії [79]. Крім того, на відміну від масового традиційного туризму, екологічний туризм, згідно з аналітичними прогнозами фахівців ЮН ВТО, динамічно зростатиме упродовж наступних двох десятиліть. Також передбачається, що глобальні витрати на екологічний туризм зростатимуть швидшими темпами, ніж середнє зростання показників у туристичній сфері загалом [77]. У 2019 р. доходи від екологічного туризму склали 181,1 млрд доларів США, і прогнозується, що у 2027 р. дохід від цього сегменту туризму досягне 333,8 млрд доларів США, що в середньому становить 14,3% зростання реєструючи [67].

В Україні, через наслідки пандемії COVID-19 туристична сфера, у тому числі й екологічний туризм, зазнала кризи, яка лише поглибилася через повномасштабну війну, підло розв'язану російською федерацією проти України. Однак, логічно і закономірно припустити, що екотуризм на українському ринку також почне стрімко розвиватися після перемоги України в силу таких причин: люди прагнутимуть наблизитися до природи та відновити свої сили у природньому середовищі; природа є тим ресурсом, що зможе задовольнити означені прагнення; більшість туристів почуваються не зовсім задоволеними традиційними видами туристичної діяльності і популярними туристичними дестинаціями і шукають щось «до душі»; все більша кількість людей усвідомлює

необхідність захисту навколишнього середовища та мають бажання зробити свій внесок у цю шляхетну справу; екотуризм може допомогти у захисті вразливих територій через підвищення рівня обізнаності населення екологічних і соціальних проблем; екотуризм створює можливості для підвищення рівня життя місцевого населення визначених туристичних дестинаціях через зміцнення їх економіки, зростання прибутку місцевих жителів та збереження автентичності їх культури і традицій. Для того, щоб зазначені можливості стали реальністю використовуються диверсифіковані інновації, у тому числі й найсучасніші цифрові та інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ).

Зважаючи на викладене, авторкою й було обрано тему кваліфікаційного дослідження «**Інновації в екологічному туризмі**».

**Ступінь розробленості теми.** Тема впровадження та інновацій в екологічному туризмі активно досліджується зарубіжними та вітчизняними вченими, оскільки обидві її складові – інновації та екологічний туризм – є нині надзвичайно актуальними.

Теоретичні та прикладні аспекти досліджуваної проблеми розкрито у низці наукових праць, зокрема:

- концептуальні основи екологічного туризму О. Дмитрук [12]; О. Довгаль та Л. Безугла [13]; Ю. Лібенко, Ю. Гутарева [30]; І. Посохов, А. Сагайдачна [36]; Г. Цебаллос-Ласкурейн (Н. Ceballos-Lascuráin) [56]; Г. П. Ньюпане (Gyan P. Nyaupane) [63]; К. Ліндберг (K. Lindberg), Дж. Енрікес (J. Enriquez), К. Спроуле (K. Sproule) [66];

- інновації у широкому значенні цього терміну – В. Гриньова, А. Гриньов, Ю. Іванов, М. Кизим, П. Орлов, В. Пономаренко, О. Ястремська [20]; Т. Клімова [24]; Б. Піккемаат (B. Pikkemaat) [71]; С. Роджерс (S. Rogers) [73];

- інноваційні технології у туризмі – К. Жураєва [15]; Т. Кіндрик, О. Головінов [23]; В. Білозубенко, М. Разінькова, Н. Небаба, О. Ятчук [26]; А. Тхакур (A.Thakur) [76];

- інноваційні технології у вузькому значенні (як цифрові та SMART технології; новітні ІКТ) – С. Бабушко, С. Попович [3; 4]; А. Глєбова [9; 10]; К. Маркевич [31]; В. Папп, Н. Бошота [35]; Г. Ганкінтон (G. Hankinton) [64];

- прикладні основи використання інновацій в туризмі: впровадження концепції «екологічний готель» – А. Маселков, О. Поясник, Т. Іщенко [32]; П. Богданович (P. Bohdanowicz) [53]; А. Фірман (A. Firman), М. Мослепор (M. Moslehpour), Р. Кью (R. Qiu), П. К. Лін (P. K. Lin), Т. Ісмаїл (T. Ismail), Ф. Рахман (F. Rahman) [62].

Низку джерел, зокрема нормативно-правові документи – закони України [16; 17; 18; 19], статистичні дані, представлені дослідницькими групами Radical Storage [58], Straits Research [59], Booking.com [54], Statista.com [67], Eurostat [70], присвячено особливостям сталого розвитку, туризму загалом, у тому числі й екологічного туризму та використанню інновацій, а також офіційні сайти міжнародних і національних організацій (ЮН ВТО [79], Міжнародна екотуристична організація [65], Австралійська національна екотуристична організація [51], Booking.com [54], Європейська федерація з фермерського та сільського туризму [61] та інші, які регулюють і популяризують розвиток туризму.

Попри наявність обширного масиву наукових і науково-популярних публікацій з питань екологічного туризму, сталого розвитку, використання інновацій у туризмі загалом, варто відмітити, що питання впровадження інновацій саме в екологічному туризмі залишається мало дослідженим.

З огляду на вказане, **метою кваліфікаційної роботи** є висвітлення світового та вітчизняного досвіду використання інновацій у розвитку екологічного туризму.

Для досягнення зазначеної мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- проаналізувати базові терміни дослідження, з'ясувати сутність інновацій в екологічному туризмі та вивчити ступінь опрацювання досліджуваної проблеми;

- описати світовий досвід розвитку екотуризму із застосуванням інновацій;
- визначити та охарактеризувати інноваційні тенденції розвитку екотуризму на сучасному етапі;
- здійснити аналіз стану впровадження інновацій в екологічному туризмі в Україні;
- визначити проблеми і перешкоди у розвитку екотуризму та впровадження інновацій;
- напрацювати авторські пропозиції з подальшого розвитку екологічного туризму та використання інновацій.

**Об'єктом дослідження** є інновації в екологічному туризмі.

**Предметом дослідження** є процеси впровадження інновацій в екологічному туризмі у світовому та вітчизняному досвіді.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети було використано комплекс взаємопов'язаних методів дослідження, а саме: *загальнонаукові* – аналіз, синтез, огляд літератури, узагальнення та систематизація; *конкретно-наукові*: порівняння, виокремлення сутнісних характеристик, індукція та дедукція; *прогностичні*, які дали можливість розробити авторські пропозиції для подальшого розвитку екологічного туризму з використанням інновацій на вітчизняному ринку туристичних послуг.

**Теоретичне значення кваліфікаційної роботи** полягає в уточненні термінологічного апарату дослідження інновацій в екологічному туризмі; систематизації наукової літератури та джерел із зазначеної проблематики; визначенні та характеристиці інноваційних тенденцій розвитку екотуризму на сучасному етапі; визначенні проблем і перешкод у розвитку екотуризму та впровадження інновацій; формулюванні авторських пропозицій з усунення окреслених проблем і визначенні перспектив подальшого розвитку і впровадження інновацій в екологічному туризмі.

**Практична значимість роботи** полягає у тому, що теоретичні результати кваліфікаційного дослідження було використано для формування авторських

пропозицій. Результати дослідження можуть бути використані в освітньому процесі підготовки майбутніх фахівців сфери туризму, зокрема при викладанні таких навчальних дисциплін: Інновінг у туризмі, Спеціалізований туризм, Менеджмент туризму, Управлінський облік у туризмі та низці інших. Крім того, результати можуть бути використані здобувачами у процесі здійснення курсових і кваліфікаційних досліджень.

**Апробацію результатів кваліфікаційного дослідження** було здійснено на II Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України», організовану Львівським національним університетом природокористування 26 квітня 2023 р., м. Львів. Авторка виступила з доповіддю «Сучасний стан світового ринку екологічного туризму». За результатами конференції було опубліковано однойменні тези у збірнику матеріалів конференції.

**Обсяг і структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків й викладена на 104 сторінках. Вона містить додатки, список використаної літератури та джерел, а також 5 таблиць і 15 рисунків. У процесі написання роботи було опрацьовано 79 наукових праць і джерел, з них 30 англійською мовою.



## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ЕКОЛОГІЧНОМУ ТУРИЗМІ

### 1.1. Базові терміни дослідження

У сучасних умовах стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та цифровізації усіх сфер діяльності людини ми спостерігаємо їх широке застосування в економіці, політиці, соціально-культурному житті людини. Вони запроваджені як у робочі процеси, так і в дозвілля людини. Їх вплив не можна не помічати. І їх називають одним терміном «інновації». Не залишився осторонь і туризм. Інновації кардинально змінюють його основні характеристики: впроваджуються нові послуги з новими властивостями, змінюється організація виробництва і споживання туристичного продукту, залучаються нові туристичні ресурси, які раніше не використовувалися, формуються нові ринки збуту туристичних послуг, розширюються та диверсифікується асортимент туристичного ринку.

Зважаючи на викладене, своїм першочерговим завданням вбачаємо розкриття поняття «інновації» та термінів, дотичних за змістом. Крім того, для уникнення непорозуміння чи неправильної інтерпретації термінів, у наукових дослідженнях загальноприйнято досліджувати сутність основних термінів дослідження. Це, за висловом вітчизняної дослідниці С. Бабушко сприятиме «належному науковому осмисленню та теоретичній інтерпретації» [2, с. 21].

Тому у цьому підрозділі ми розкриємо сутність базових термінів дослідження.

Завдяки зростанню ролі інновацій, цей термін нині використовується у багатьох галузях науки і професійної діяльності. Однак, його почали використовувати ще у XIII ст. у Франції, зокрема у розмовній мові, де його розуміли як здатність людини створювати щось нове [24]. У XIX ст. терміном послуговувалися в культурології. Причому, тоді він означав проникнення однієї культури в іншу [25].

На початку XX ст. термін почали використовувати і в економіці. Вперше в якості економічної категорії термін «інновація» було використано австрійським ученим Йозефом Шумпетером (1883-1950 рр.). Під цим терміном вчений розумів зміни, що відбуваються задля впровадження й використання нових видів споживчих товарів, а також нових засобів у виробництві та транспорті, нових ринків і форм організації у промисловості. На його думку, інновація має розглядатися як головне джерело прибутку, який є результатом її впровадження. Іншими словами, прибуток та інновація є взаємопов'язаними: без розвитку не має прибутку, а без прибутку не буде розвитку [74, с. 159].

З часом, коли суспільство перейшло від індустріальної до постіндустріальної стадії розвитку, відбулися кардинальні зміни між наукою та виробництвом. Народилася «нова економіка» [34, с. 17 ], яка поєднала в собі чотири фактора виробництва: новітні знання, праця, капітал та земля. В цьому контексті термін «інновація» означав матеріалізовану, предметну форму новітніх знань.

Варто зазначити, що термін «інновація/ї» міститься в енциклопедичній та довідковій літературі. Це означає, що там представлено найузагальніше його бачення, безвідносно до певної сфери діяльності. До прикладу, в Оксфордському тлумачному словнику наводиться таке визначення: «Інновація/ї – це ...будь-який новий підхід до конструювання, виробництва чи збуту товару, в результаті чого компанія отримує перевагу перед конкурентами. Використовуючи патенти, новаторська компанія, яка досягнула успіху, може забезпечити собі тимчасову монополію, попри те, що її конкуренти з часом знайдуть шляхи виходу на вигідний ринок. Деякі компанії починають випуск нової продукції, орієнтованої на сформований попит, інші розробляють технологічні нововведення, які створюють нові ринки» [6, с. 318].

У Словнику сучасних понять та термінів пропонується таке трактування терміну: «Інновація (від англ. innovation – нововведення) – це:

1) вкладення засобів в економіку, яка забезпечує зміну поколінь техніки та технології;

- 2) нова техніка, технологія, яка є результатом досягнень науково-технічного прогресу;
- 3) розробка, синтез нових ідей створення нових теорій і моделей, впровадження їх у життя;
- 4) політичні програми, які мають індивідуальний, неповторний характер;
- 5) порівняно нове явище у мовознавстві, переважно в морфології – новоутворювання» [27, с. 201].

На законодавчому рівні цей термін також було визначено. Варто зауважити, що ці визначення різняться. Так, у Законі України «Про інвестиційну діяльність» мова йде про інноваційну діяльність як одну з форм інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою впровадження досягнень НТП у виробництво й соціальну сферу та яка включає випуск та розповсюдження нових видів техніки та технології та інше [17, с. 646].

У Законі України «Про інноваційну діяльність» під «інноваціями» розуміють «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [18].

Термін «інновація» також використовують і в освіті, де його розуміють як «процес творення, запровадження та поширення в освітній практиці нових ідей, засобів, педагогічних та управлінських технологій, у результаті яких підвищуються показники (рівні) досягнень структурних компонентів освіти, відбувається перехід системи до якісно іншого стану» [14].

Узагальнений аналіз згаданих вище трактувань терміну «інновація» представлено у таблиці 1.1. Причому, ми не лише пропонуємо визначення з різних джерел, але й визначаємо критерій, в контексті якого таке визначення наведено.

Таблиця 1.1

## Узагальнення трактувань терміну «інновація»

№ з/п	Автор і джерело	Значення терміну «інновація»	Критерій
1.	Т. Ковальчук [25]	Проникнення однієї культури в іншу	культурологічний
2.	Й. А. Шумпетер [74, с. 159]	Використання нових видів споживчих товарів, а також нових засобів у виробництві та транспорті, нових ринків і форм організації у промисловості	економічний
3.	В. Морохова, Д. Смолич [34, с. 17]	матеріалізована, предметна, продуктова форма новітніх знань	економічний
4.	Закон України «Про інвестиційну діяльність» [17]	одна з форм інвестиційної діяльності здійснюється з метою впровадження досягнень НТП у виробництво й соціальну сферу і включає випуск та розповсюдження нових видів техніки та технології та інше	інвестиційний (економічний)
5.	Закон України «Про інноваційну діяльність» [18]	«новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери	діяльнісний, виробничий
6.	О. Дубасенюк [14].	процес творення, запровадження та поширення в освітній практиці нових ідей, засобів, педагогічних та управлінських технологій, у результаті яких підвищуються показники (рівні) досягнень структурних компонентів	освітній

		освіти, відбувається перехід системи до якісно іншого стану	
7.	Г. Клімова [24]	спосіб функціонування соціальних систем, при якому тенденції впровадження нових ідей, технологій, норм і цінностей в усіх сферах суспільства переважають над протилежними тенденціями збереження існуючого стану	соціальний

*Джерело: систематизовано автором.*

Як бачимо з таблиці 1.1, різні визначення до аналізованого терміну можна пояснити різними критеріями: економічний, культурологічний, соціальний, освітній. Варто зауважити, що цим терміном широко послуговуються в бізнесі та економічній діяльності. Тому аналізуючи цей термін, ми переважно стикалися саме з економічним трактуванням. Усі визначення інновацій з точки зору економічних наук можна умовно поділити на дві групи – ті, де інновація розглядається як:

- процес впровадження нововведень, доведення наукової ідеї або технічного винаходу до стадії практичного використання, що приносить прибуток;

- результат творчого процесу, реалізації нових ідей і знань з метою їх практичного використання для задоволення певних потреб споживачів [28, с. 32-38].

Підсумовуючи, зазначимо, що в сучасній науковій літературі існує два підходи до визначення терміну «інновації»:

- вузький (соціально-економічний);
- широкий (соціально-філософський).

Прихильники першого підходу розглядають сутність інновацій через призму їх ринкової значущості, прибутковості та комерційного ефекту. Щодо тих, хто віддає перевагу другому підходу, то вони не обмежуються техніко-економічним аспектом інновацій. Вони акцентують увагу на їх універсальному

характері, тобто підкреслюють, що інновації пов'язані з розвитком інших сфер суспільного життя (економічній, політичній, соціальній і духовно-культурній) і стверджують, що інновації охоплюють увесь соціальний простір [24].

Ще одним базовим терміном нашого кваліфікаційного дослідження є термін «інноваційні технології». Розкриємо визначення і цього терміну.

В енциклопедично-довідковій літературі пропонується таке визначення терміну: це радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують виробництво або самі виступають товаром [21].

Оскільки предметом нашого дослідження є інновації у сфері туризму, зокрема екологічного, вважаємо доцільним розглянути сутність інноваційних технологій саме у сфері туризму. Найглибше інноваційні технології описано в освіті та освітньому процесі.

Проте під «інноваційними технологіями», як правило, розуміють щось ново створене або новий спосіб використання вже наявного [78].

Щодо сфери туризму, то, як відмічає українська дослідниця А. Глебова, дослідження цього питання викликає певні складнощі через відсутність уніфікованого трактування поняття «інноваційні технології» не тільки у туризмі, але і у інших галузях [10]. Вона пропонує під цим поняттям розуміти «радикально нові або удосконалені технології, які суттєво поліпшують умови формування туристичного продукту чи послуги або самі виступають товаром» . [там само].

Якщо розуміти цей термін з цієї позиції, то він виступає значно вужчим за поняття «інновації», які було проаналізовано вище. Ще вужче трактування терміну «інноваційні технології у туризмі» знаходимо у науковій праці К. Жураєвої «Інноваційні технології у туризмі», де вона зазначає, що це, здебільшого, Інтернет-технології [15]. Проте, на наше переконання, інтернет-технології є лише одним із видів інноваційних технологій у туризмі.

Варто зауважити, що деякі науковці взагалі ототожнюють інновації з інноваційними технологіями та вважають їх синонімами, оскільки, на їхню думку, між ними не існує жодних відмінностей. Доволі часто у наукових працях

використовується фраза «інновації та інноваційні технології». Однак, жодних уточнень щодо змістового наповнення цих понять не пропонується. Відтак, актуалізується питання визначення поняття «інноваційних технологій у туризмі».

З цією метою звернемося до Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій», в якому технологія визначається як сукупність систематизованих знань, технічних, організаційних та інших рішень, що стосуються способу виконання певних операцій із виробництва, реалізації або зберігання продукції [16]. Таким чином, «інноваційна технологія» може бути визначена як інноваційний (новий, удосконалений, оптимізований, поліпшений) спосіб здійснення тих або інших операцій чи процесів [42].

Інноваційні технології у туризму це, насамперед, нові технології (цифрові, інформаційно-комунікаційні), що суттєво змінюють основні характеристики туристичної діяльності, обслуговування та споживання туристичного продукту та послуг [76]. Таким чином, індійський вчений розглядає інноваційні технології як технічні новинки.

Маємо заперечити, оскільки інноваційні технології не можуть зводитися лише до технічних новинок. Насамперед, це процес розробки нових технологічних характеристик продукту чи послуги, які значно покращуються. Це нові технологічні інноваційні продукти або програми, які впроваджуються на ринку. В цьому контексті позиція індійського науковця виправдана, адже завдяки новоствореним продуктам та програмам, змінюються на краще якісні характеристики туристичного продукту та послуги гостинності. До прикладу, цифрові мобільні пристрої, різноманітні мобільні застосунки та програми, використання штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності – лише кілька інновацій на туристичному ринку, що вже набули популярності та широкого використання.

Ще одним вагомим для нашого кваліфікаційного дослідження є термін «екологічний туризм».

Як правило, пересічні громадяни, під екологічним туризмом розуміють подорожі територією, що потребує допомоги для її збереження. Тому кошти, витрачені туристом під час такої подорожі йдуть на заходи для збереження довкілля [1]. Однак, термін «екологічний туризм» потребує уточнення, оскільки існують різноманітні його трактування та підходи до його визначення. Термін було введено до наукового обігу мексиканським науковцем Г. Цебаллос-Ласкурейом. Вчений розглядав екологічний туризм як дбайливе ставлення до природи під час подорожі та можливість вивчати місцеву флору і фауну, поєднуючи процес пізнання із їх захистом [56, с. 17].

У сучасних умовах науковці трактують поняття екологічного туризму з двох позицій. Перша враховує первинне значення терміну, тобто це відпочинок і подорожі на природі. У цьому випадку туризм вважається екологічним, адже його захист і відновлення природи, а також народних традицій та екологізації економіки набуває вирішального значення для цих територій.

Прибічники другого підходу розглядають екологічний туризм як сталий. Тобто будь які сегменти туризму, що базуються на принципах сталого розвитку, а саме заощадливе і врівноважене користування природними ресурсами, можуть вважатися екологічними, оскільки таке природокористування не знищує природу, а кошти, отримані від туризму, спрямовуються на відновлення використаних ресурсів.

У таблиці 1.2 викладено основні визначення терміну «екологічний туризм».

Таблиця 1.2

### Основні визначення «екологічного туризму»

№ з/п	Автор, джерело	Визначення	Основні акценти
1.	Гуан Р. Нуаурпе [63]	це цілеспрямовані подорожі по природнім територіям з метою розуміння місцевої культури та історії розвитку природного середовища, які не порушують цілісність екосистем, при цьому роблять охорону природних	подорож; екосвідомість туристів; природні території; цілісність екосистеми



		ресурсів вигідною для місцевих жителів.	
2.	H. Ceballos-Lascurain [56]	подорож з відповідальністю перед навколишнім середовищем по відносно непорушеним природним територіям з метою вивчення і насолоди природою і культурними визначними пам'ятками, яке сприяє охороні природи, надає «м'яке» вплив на навколишнє середовище, забезпечує активну соціально-економічну участь місцевих жителів і отримання ними переваг від цієї діяльності.	подорож; насолода туристів; м'який вплив на довкілля; користь місцевій спільноті
3.	K. Lindberg, J. Enriquez, K. Sproule [66]	стійкий і природно-орієнтований туризм і рекреація	сталість; туризм; відпочинок туристів; екосистема
4.	International Ecotourism Society (TIES) [65]	відповідальна подорож природними територіями, яка зберігає навколишнє середовище, підтримує добробут місцевого населення та передбачає інтерпретацію та навчання.	подорож; природні території; користь місцевому населенню; навчання
5.	Australian National Ecotourism [51]	екологічно стійкий туризм з основним фокусом на дослідженні природних територій, що сприяє екологічному та культурному розумінню, оцінці та збереженню	сталість; туризм природні території; збереження екології та культури

*Джерело: систематизовано автором.*

Аналізуючи представлені у таблиці 1.2 визначення, можемо дійти висновку, що, попри їх диверсифікованість, спільними ознаками екологічного туризму, на думку вчених, є: подорожі природними територіями або у більш широкому розумінні – туризм; сталість та збереження цілісності екосистеми та місцевої культури; користь для місцевих громад. Прикметно, що відмінності у запропонованих визначеннях стосуються рекреації в межах екологічного туризму, активну участь у збереженні місцевої екосистеми не лише туристів, але

й самих місцевих мешканців, а також навчання ї мешканців і туристів свідомого ставлення до природних ресурсів.

Зважаючи на різносторонність підходів до визначення поняття екологічного туризму та їх різноплановість, науковці використовують низку дотичних за значенням термінів. До прикладу, «біотуризм», «природний туризм», «еколого-географічний», «пригодницький», «агротуризм», «агро-екологічний», «сільський зелений туризм», «етно-екологічний» та ін. Проте, на нашу думку, їх не можна вважати синонімами. Попри те, що вони стосуються проблематики екологічного туризму, все ж таки їх сутність є дещо іншою.

Детальніше зупинимося кількох термінах, щоб продемонструвати ці розбіжності. Так, термін «пригодницький туризм» було запропоновано ЮН ВТО. За експертами ЮН ВТО, пригодницький туризм є ширшим поняттям, відтак екологічний туризм є частиною пригодницького. Однак, на думку Г. Сорокіної, екологічний туризм не завжди містить елементи пригодницького, і навпаки: не всі пригодницькі тури мають екологічну компоненту [44, с.19-20]. Дослідниця наводить приклади, зокрема «сафарі» є пригодницьким туром, але здобуваючи трофеї чи долаючи перешкоди на своєму шляху, нищиться природа чи їй наноситься певна шкода. Таким чином, пригодницький тури не завжди є екологічним.

Аналогічна ситуація спостерігається і з іншими термінами. Тож виберемо ті визначення, що зустрічаються у науковій літературі найчастіше (див. таблицю 1.3).

*Таблиця 1.3*

**Визначення дотичних термінів до поняття екологічного туризму**

№ з/п	Термін	Англомовний термін	Визначення
1.	Природний туризм	nature tourism, nature-based or nature-oriented tourism	будь-які види туризму, які безпосередньо залежать від використання природних ресурсів у їх відносно незмінному стані, включаючи ландшафти, рельєф, води, рослинність та диких тварин

2.	Зелений туризм	green tourism	застосування в туристичній індустрії екологічних методів і технологій. У німецькомовних країнах прикметник «екологічний» вживається досить рідко, а найбільш широко використовується термін «м'який туризм»
3.	Сільський туризм	green tourism	форма відпочинку у сільській місцевості в приватній садибі сільського господаря з широкими можливостями використання природного, матеріального і культурного потенціалу регіону.
4.	Сільський зелений туризм	green rural tourism	проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, мальовничий ландшафт і под. Зелений він тому, що туристичні заняття у вигляді пішохідних і кінних прогулянок, спортивних та оздоровчих подорожей (навіть полювання і рибальство) відбуваються у сільській місцевості серед живої зеленої природи.
5.	Агротуризм	agrotourism, farm tourism	форма сільського туризму, оскільки він має тісний зв'язок саме із сільським фермерським господарством, де відпочинок пов'язаний з активним залученням його учасників до традиційних форм господарювання на селі (збір винограду, сіна, догляд за худобою тощо).
6.	Фермерський туризм	farm tourism	це складова частина агротуризму, пов'язана із прийомом туристів безпосередньо у помешканнях фермерського господарства, часто з мінімальними вимогами щодо зручностей (особливо щодо умов проживання).

*Джерело: систематизовано автором.*

Як бачимо із визначень, терміни, наведені в таблиці, можна вважати до деякої міри синонімами екологічного туризму, оскільки вони мають багато

спільного. Так, екологічний та сільський, агро- та фермерський туризм об'єднує те, що вони всі спрямовані на:

- збереження природничого та культурного середовища,
- підтримка добробуту місцевої громади,
- постачання туристам харчів з місцевих продуктів
- підвищення стандартів та етики сільських осель;
- надання роботи жителям сільської місцевості [48].

Однак, все ж таки вони мають і відмінності. Насамперед, відмінності проявляються в основних цілях використання вільного часу. Іншими словами, мотиви для здійснення подорожі у наведених вище видах туризму будуть відрізнятися. В сільському туризмі мотивом є відпочинок на одному місці, а в екотуризмі – активне пізнання та відкриття природи та культурних традицій. У фермерському туризмі для туристів головним стає проживання у фермерських умовах, фермерська їжа, дозвілля на фермі та ін. В той час, як для екотуристів пріоритетним стає охорона та збереження природного й культурного середовища регіонів, які вони відвідують.

Коли йдеться про екологічний туризм, варто також розмежовувати терміни «екотуризм» та «масовий туризм». На це вказують вітчизняні науковці Ю. Лібенко та Ю. Гутарева у своїй статті «Екологічний туризм в умовах пандемії COVID-19: проблеми та перспективи розвитку». Вони вбачають відмінності у цих двох термінах завдяки таким ознакам:

- екотуристи подорожують до місць, оточених природою, натомість для масових туристів більш важливими є розважальні місця, історико-культурні пам'ятки;
- екотуристи переважно власноруч організовують мандрівки та відпочинок, в той час як масові туристи покладаються на турагентів та туроператорів;
- для підготовки і реалізації туристичного продукту для масового споживача задіяні різні суміжні служби, а для створення екотуристичного продукту лише спеціалізовані служби;

- діяльність екотуристів є активною і фізично напруженою, оскільки ці заходи пов'язані з природою та руховою активністю. Масовий туризм пропонує розваги і заходи, що є більш комфортними і менш фізично напруженими;

- еко туристи подорожують невеликими групами і їхні мандрівки є більш тривалими. Натомість для масового туризму типовими є подорожі великими групами туристів, а тривалість їх перебування набагато коротша [30].

На нашу думку, розмежування термінів «екотуризм» і «масовий туризм» не зовсім доцільне, адже завдяки перерахованим вище ознакам екотуризм є лише одним прикладом альтернативного туризму. Відтак, більш логічним буде розрізняти «альтернативний» та «масовий туризм».

Підводячи підсумки, констатуємо, що базовими термінами нашого дослідження є «інновації», «інноваційні технології» та «екологічний туризм». Як свідчить здійснений дефініційний аналіз цих термінів, жоден із них не має однозначного трактування. Усі з них мають низку синонімів чи дотичних за змістом термінів.

## **1.2. Сутність інновацій в екологічному туризмі**

Оскільки екотуризм визначається як «відповідальна подорож природними територіями, яка націлена на збереження навколишнього середовища, підтримує добробут місцевого населення та передбачає інтерпретацію та навчання туристичних працівників, місцевих мешканців і туристів» [65], то логічно припустити, що інновації, які використовуються, мають сприяти поставленій меті. Іншими словами, використання інновацій має бути спрямованим на відповідальне ставлення до навколишнього середовища і збереження природних ресурсів. На додаток, використання інновацій має ґрунтуватися на принципах екотуризму, а саме:

- мінімізація фізичного, соціального, поведінкового та психологічного впливу;
- розвиток екологічної та культурної свідомості та поваги;

- забезпечення позитивних вражень як для відвідувачів, так і для господарів;
- створення фінансової вигоди як для місцевого населення, так і для приватного бізнесу;
- забезпечення незабутніх вражень для туристів, які допоможуть підвищити їхню чутливість до політичного, екологічного та соціального клімату приймаючої країни;
- проектування, побудова та експлуатація об'єктів з низьким рівнем впливу;
- визнання прав та духовних переконань корінних народів та співпраця з ними [там само].

Зважаючи на викладене та враховуючи визначення терміну «інновації», можна виокремити два підходи до висвітлення теми. Перший, який стосується використання технологічних новинок безпосередньо в екотуризмі, та другий – більш широкий: використання інновацій, що за своєю сутністю є екологічними у сфері туризму (див. рис.1.1).

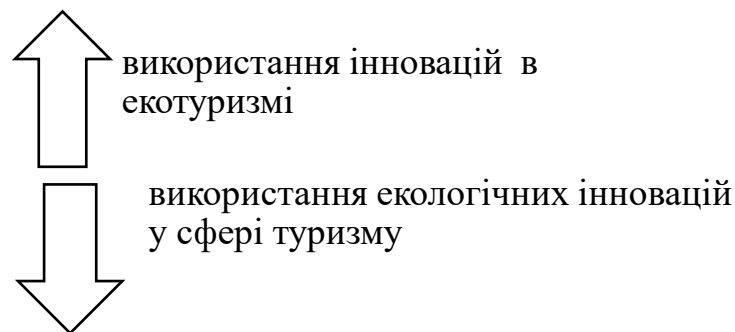


Рис.1.1. Підходи до сутності інновацій у досліджуваному питанні.  
 Джерело: розроблено автором.

Таким чином, алгоритм нашого дослідження сутності інновацій охоплює такі два кроки:

- аналіз більш широкого поняття, а саме екологічних інновацій у сфері туризму, тобто усіх інновацій, що слугують забезпеченню екологічності туристичної діяльності;
- аналіз вузького поняття, зокрема інновацій, що використовуються безпосередньо у сегменті екологічного туризму.

Отже, перший крок охоплює інновації у сфері туризму. Відповідно до положень ЮН ВТО, інновації у сфері туризму впроваджуються за трьома основними напрямками (див. рис.1.2).

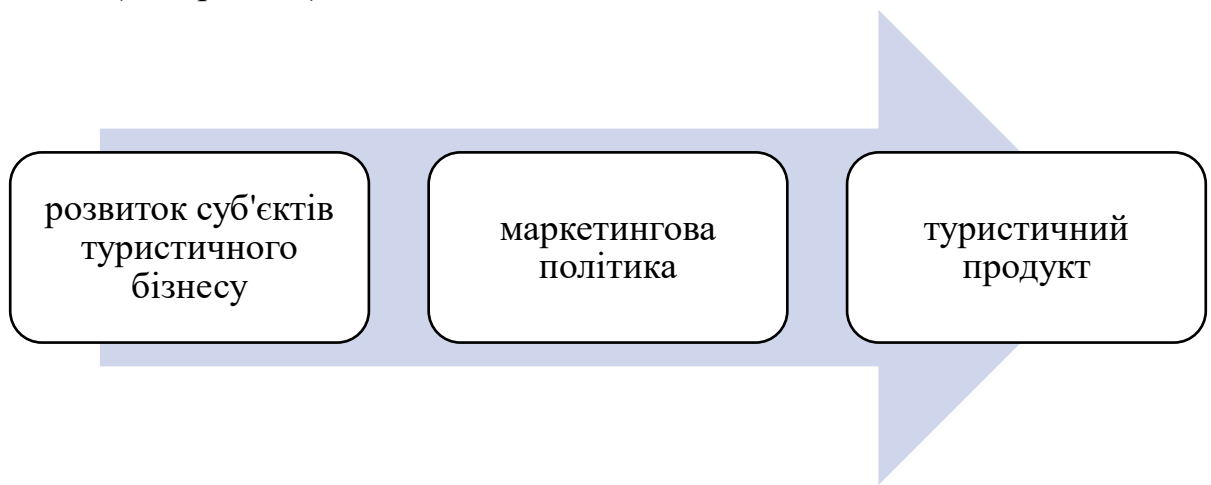


Рис. 1.2. Напрями впровадження інновацій у сфері туризму.  
Джерело: створено автором за [41].

Як бачимо з рис.1.2, основні напрями впровадження інновацій у сфері туризму є безпосередньо розвиток туристичного бізнесу; маркетингова політика та туристичний продукт. Нововведення першої групи пов'язані з розвитком підприємств туристичного бізнесу, тобто відбуваються зміни, за допомогою яких впроваджуються інновації в:

- управління підприємствами туристичного бізнесу (реорганізація, укрупнення, поглинання конкурентів та ін.);
- кадрову політику (оновлення кадрів, підвищення кваліфікації та ін.);
- економічну та фінансову діяльність (впровадження сучасних форм і методів обліку, здійснення звітності та ін.);

Нововведення в маркетингову політику передбачають інновації, що дозволяють охопити потреби цільових споживачів і залучити той сегмент покупців, який ще не був охоплений.

Третій напрям інновацій відображає періодичні нововведення, спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, підвищення його якості, позиціонування його на ринку туристичних послуг як інноваційного та конкурентоспроможного [41].

Усі три визначені напрями можуть відображати екологічність інновацій. Іншими словами, результатом їх впровадження стануть ті принципи сталості та екологічності, про які йшлося вище.

Проте нам імпонує інша класифікація інновацій у сфері туризму, запропонована дослідниками Т. Кіндрик та О. Головіновим [23].

Її легко можна адаптувати та використати для реалізації завдань нашого дослідження. Окрім того, кожен з визначених науковцями елементів може відображати екологічну сутність нововведень. Відтак, відштовхуючись від запропонованої вченими класифікації видів інноваційної діяльності у туризмі, доповнимо та адаптуємо її до потреб нашого кваліфікаційного дослідження. Таким чином, екологічні інновації у сфері туризму можуть бути класифіковані наступним чином:

**Продуктові інновації**, а саме: створення інноваційного туристичного продукту, диверсифікація туристичних послуг, освоєння нових сегментів туристичного ринку, освоєння нових туристично-рекреаційних територій, використання наявних видів ресурсів по-новому чи залучення нових ресурсів до туристичного сегменту.

**Управлінські інновації**, що стосуються впровадження нових методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності, нових методів реалізації маркетингового циклу в туризмі. Сюди також відносимо й інновації із забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією.

**Сервісні інновації**, тобто ті нововведення що стосуються безпосередньо системи обслуговування споживачів: впровадження національної моделі



обслуговування туристів, з урахуванням культури, традицій і звичаїв країни та місцевих історико-етно-культурних особливостей туристичної дестинації. Важливим елементом сервісних інновацій можна вважати впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичної сфери. Крім зазначеного, до цієї групи інновацій можемо віднести і розробку інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів у туризмі.

**Технологічні інновації** охоплюють впровадження цифрових технологій у туристичну діяльність, зокрема комп'ютерних технологій в систему бронювання і резервування готелів, авіаквитків; транспортну систему, де нововведення будуть спрямовані на підвищення комфортності туристів та скорочення часу на їх трансфер до готелів чи аеропорту. Загалом технологічні інновації сприятимуть розробці нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, результатом чого стане покращення якості послуг .

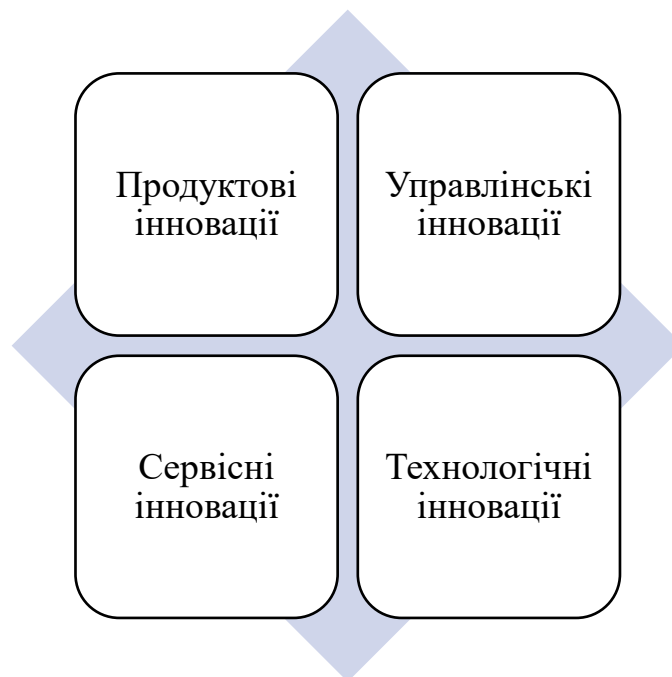


Рис.1.3. Сутність екологічних інновацій у сфері туризму.  
Джерело: створено автором за [23].

Таким чином, всі наведені на рис.1.3 напрями впровадження інновацій відображають їх сутність з точки зору екологізації. Тобто усі їх можна вважати екологічними, адже кінцевим їх результатом є збереження і захист довкілля країни в цілому та туристичної дестинації зокрема.

Прикметно, що українські науковці О. Романенко та О. Яворська доповнили цю класифікацію ще одним напрямом, за яким впроваджуються інновації у сфері туризму: інституційні інновації. Під ними науковці розуміють нову організаційну структуру, що відображає організацію бізнесу на принципах співпраці усіх стейкхолдерів (мережі, бренди, сертифікація компаній тощо), а також охоплює правові аспекти туристичної діяльності з метою ефективного перенаправлення або збільшення прибутковості в певних сегментах туризму та індустрії гостинності [41]. Можемо погодитися, що ця складова також може бути екологізованою та слугувати забезпеченню екологічності туристичної діяльності. Проте, нам видається логічним віднести цей елемент до категорії «управлінські інновації», адже організація співпраці стейкхолдерів туристичного бізнесу може бути віднесена саме до цієї категорії.

Другим кроком у нашому дослідженні сутності інновацій в екологічному туризмі є аналіз тих інновацій, що використовуються безпосередньо в сегменті екологічного туризму.

Саме екологічність стала модною та завоювала багато прихильників у всьому світі. Так, за результатами опитування експертів з Корнуельського університету, понад 90% гостей готелю готові платити більше за екологічні продукти і послуги [53]. Тому не дивно, що туристи, які прагнуть отримати насолоду від екологічного туризму, є екологічно свідомими, й екологічний туризм набуває все більшої популярності. Особливим напрямом впровадження інновацій в екологічному туризмі є розвиток екологічних готелів для розміщення туристів, які прагнуть бути еко-дружніми. Зростання свідомості туристів та їхнє прагнення зберегти навколишнє середовище дали поштовх для створення еко-готелів або переорієнтацію наявних готелів. Такі готелі, як правило, розташовані у чистих місцях в оточенні природи. Вони функціонують відповідно до принципу «гармонійного сусідства», що означає не забруднювати навколишнє середовище продуктами життєдіяльності туристів. Визначальною рисою цих готелів є те, що вони збудовані з екологічних матеріалів, використовують альтернативні джерела енергії як для опалення, так і для освітлення. Крім того,

для екотуристів у цих готелях пропонується органічне та здорове харчування. Їх головна мета – раціонально використовувати природні ресурси та зберігати здоров'я своїх гостей.

Загалом, екоготель – це екологічно-сертифіковане житло, здатне покращувати стан навколишнього середовища шляхом зведення до мінімуму власного негативного впливу на довкілля [32].

Для дотримання принципів екологізації готелі використовують різні інновації, насамперед ті, що ґрунтуються на ІКТ та цифрових технологіях. Аналізуючи їх використання в екоготелях, визначимо основні напрями їх застосування:

- використання альтернативних джерел енергії;
- сортування сміття;
- водозбереження;
- скорочення харчових відходів;
- використання природніх та органічних засобів для прибирання кімнат та зон відпочинку;
- скорочення рівня споживання паперу;
- відмова від пластику та поліетиленових виробів та ін.

Наведемо приклади відомих екоготелів світу. Готель Hoshinoya Karuizawa (Японія) розташований всього в 1 годині їзди від столиці країни (фото подано у додатку А). Для своїх потреб готель використовує силу води, де за допомогою власної гідро-електро-станції виробляє необхідну для своїх потреб енергію. Для харчування гостей пропонуються продукти, вирощені на власній фермі. Причому за бажанням гості можуть брати участь в їх посадці, догляді за ними чи у зборі урожаю.

Готель The Scarlet (Велика Британія) відомий тим, що використовує принцип водозбереження. Для цього тут передбачено збір дощової води. Крім того, екоготель використовує енергоощадні технології, зокрема сонячні батареї для виробництва електроенергії.

Цікавим прикладом є й такий вид екоготелів, як глемпінг. Термін походить від двох англійських слів («гламур» і «кемпінг») та означає «екокурорт». До прикладу, глемпінг Sápmi Nature Camp (Швеція). Екокурорт отримав у 2019 р. нагороду Grand Travel Award як найкращий представник шведського екотуризму-2019. Концепція Sápmi побудована на традиційній культурі народу саамі: туристи живуть у наметах – «лавву» (фото глемпінгу представлено у додатку А). Проте ці намети обладнані усім необхідним і найсучаснішим обладнанням. Під час перебування в глемпінгу туристи знайомляться з побутом саамі, рибалять і їздять на оленях, спостерігають за полярним сяйвом [49].

Проте, на наше переконання, одним із найважливіших напрямів діяльності екоготелів є просвітницька. Доволі успішними прикладами є навчання гостей екоготелів умінню розпізнавати місцеві рослини (ягоди, трави, гриби) і тварин, різним технікам добросусідства з довкіллям, способам зниження персонального шкідливого впливу на навколишнє середовище.

Аналізуючи інновації в екологічному туризмі, варто зазначити, що виокремлення типології інновацій є доволі складним процесом, адже вони, як правило, впроваджуються не одинично, а у комплексі. Як результат, впровадження інновацій в одній сфері діяльності приводить до наступних інновацій в іншій [70].

З огляду на вказане, впровадження інновацій загалом у сферу туризму знаходить своє відображення і в сегменті екологічного туризму. Тому коли йдеться власне про екологічний туризм, то типологія його інновацій буде такою ж, як і всієї сфери туризму. Однак, як нам здається, логічно буде об'єднати деякі інновації, а саме інновації в продукції та обслуговуванні. Таким чином в екологічному туризмі доцільно вести мову про сервісні інновації, технологічні інновації, інновації в управлінні. Опишемо їх детальніше, акцентуючи увагу на їх екологічності (див. рис.1.4).



Рис.1.4. Інновації в екологічному туризмі.  
 Джерело: систематизовано автором.

**Сервісні інновації** означають зміни, які споживач сприймає як нові, або як щось нове конкретного для туристичного підприємства чи туристичної дестинації. Тобто новим може стати і туристичний продукт і види обслуговування. Так, в секторі розміщення інноваціями є пропозиція гостям готелю нових послуг. В контексті екологічного туризму це можуть бути анімаційні послуги, покращення інфраструктури, зокрема в сегменті оздоровлення, послуги з раціонального, збалансованого і здорового харчування чи безпосередньо заходів, спрямованих на збереження довкілля та ін. Іншим прикладом довгострокових інновацій є об'єднання літнього та зимового сезонів [71]. Це розширює та диверсифікує пропозиції для споживачів. До прикладу, літній сезон в екотуризмі можна продовжити, пропонуючи екотуристам такі види зимових розваг, як катання на собаках, на санчатах, в санях на конях, снігоходах, різні навігаційні ігри та ін. Таким чином, нові пропозиції в обслуговуванні споживачів стають справжніми інноваціями.

**Технологічні інновації**, що спрямовані на підвищення ефективності робіт і процесів, які виконувалися працівниками сфери туризму вручну. Іншими словами, це ті інновації, що базуються на сучасних ІКТ, технологічних новинках

і цифрових технологіях. Про ці інновації пишуть часто і, як правило, саме їх і вважають справжніми інноваціями. Без сумніву, це дійсно так, Однак, як ми вже зазначали, інновації не зводяться лише до впровадження технологічних новинок у сферу туризму. Прикладами застосування технологічних інновацій в екологічному туризмі є описаний вище досвід функціонування екоготелів, які використовують сучасні технології, щоб стати еко-дружніми та завдавати якомога менше шкоди природі через продукти життєдіяльності туристів. До прикладу, заклади харчування можуть похвалитися впровадженням багатьох технологічних новинок: використання послуг роботів-офіціантів, кардинально нові методи приготування їжі, сенсорні методи приготування страв [73]. Також використання технологічних інновацій у споживанні електроенергії, вплив клімату стануть важливими сферами застосування не лише в транспортному обслуговуванні туристів, але й для кожного суб'єкта туристичного підприємництва.

**Управлінські інновації.** Прикладом цього виду інновацій в екологічному туризмі можуть слугувати програми лояльності споживачів, які вже набули популярності і поширення. Ці програми кардинально змінили стосунки між туристичними підприємствами та провайдерами туристичних послуг і споживачами від одноразової купівлі туристичного продукту до довготривалих зв'язків, що пропонують клієнтам певні матеріальні та нематеріальні заохочення. За висловом зарубіжних науковців Д. Мораїса (D. B. Morais), М. Дорша (M. J. Dorsch), С. Бакмана (S. J. Backman), через своє широке використання їх навіть можна вже не вважати інноваціями [69].

Розвиток всесвітньої мережі інтернет привів до маркетингових інновацій, які суттєво змінили роль і місце деяких суб'єктів туристичного підприємництва. До прикладу, значно скоротилася кількість традиційних посередників між виробництвом туристичного продукту чи послуги та її споживачем. Мається на увазі кількість туристичних агенцій. Здатність споживачів обслуговувати себе самостійно у пошуку прийнятних для них пропозицій відпочинку за допомогою технічних інновацій (пошуковиків-агрегаторів з розміщення, трансферу,

транспортування та ін.) значно здешевила вартість туристичного продукту, збільшила його асортимент. А головне, дала можливість невеликим провайдером туристичних послуг, у тому числі й у сегменті екологічного туризму, бути представленим на туристичному ринку разом із компаніями-лідерами. Невеликі туристичні компанії, а також екологічні туристичні дестинації отримують можливість прямої комунікації зі споживачем завдяки соціальним мережам. Отже, набуття такої можливості можна вважати управлінською інновацією.

Ще одним прикладом управлінської інновації в екологічному туризмі є спів-виробництво брендів [64]. Іншими словами, це співпраця туристичної компанії з суміжниками, зокрема поєднання туризму й гастрономії. Виграшною таке поєднання стає для туристичної дестинації. Так, рекламування події, на яку запрошено відомого шеф-кухаря, кулінарні змагання з приготування страв для здорового й збалансованого харчування чи щось подібне, просувають не лише саму подію, але й опосередковано збільшують привабливість дестинації для туристів.

З урахуванням викладеного, можемо констатувати, що інновації у туризмі можна розглядати з двох позицій: як екологічні інновації у будь-якому секторі туристичної індустрії та як інновації в екологічному туризмі. В обох випадках їх впровадження має на меті екологізацію туристичної діяльності як провайдерів туристичних послуг, так і споживачів. Це означає, що усі учасники стають екологічно свідомими та відповідальними за захист і збереження навколишнього середовища.

### **1.3. Ступінь дослідженості проблеми**

Оскільки предмет нашого дослідження охоплює дві складові «інновації» та «екологічний туризм», аналіз літератури з цього питання свідчить, що існує чималий масив наукових публікацій, присвячених цим проблемам окремо. Разом з тим, доцільно відмітити, що наукових праць, де предметом дослідження виступають саме «інновації в екологічному туризмі», є доволі малочисельні. Причому це характерно, як для вітчизняного наукового дискурсу, так і для

зарубіжного. Зважаючи на це, розглянемо, які ж питання найчастіше привертають увагу науковців у контексті проблематики нашого кваліфікаційного дослідження.

Концептуальні засади впровадження інновацій у сфері туризму, зокрема у регіональному плануванні розвитку туризму та готельному господарстві, всебічно розкрито у науковій праці С. Севастьянної [43]. Дослідниця аналізує та репрезентує принципи, на яких мають впроваджуватися інновації, зокрема наголошує на таких:

- принцип науковості, адже для провадження інновацій необхідно використовувати наукові знання і методи, причому з урахуванням потреб туристів;

- принцип системності, який має враховувати усі чинники й умови розвитку туризму та відповідно до них розробляти стратегію його інноваційного розвитку;

- принцип відповідності потребам, що повною мірою задовольняє запити туристів та їх потреби, а також враховує та задовольняє потреби підприємств туристичної діяльності у введенні інновацій;

- принцип позитивності результатів, який передбачає, що інновації будуть впроваджуватися на основі розумного, продуманого та виваженого рішення, спрямованого на забезпечення безпеки туриста, туристичного підприємства, оточуючого середовища та суспільства загалом;

- принцип іманентності інвестиційним процесам, що має на увазі необхідність здійснення досліджень, розробки й матеріалізації інновацій задля чого використовуються інвестиційні ресурси, ефективність яких визначається ступенем значимості й масштабністю нововведень;

- принцип відповідності інноваційної діяльності та її результатів рівню розвитку суспільства;

- принцип зв'язності, тобто наступності, який передбачає, що кожний новий продукт на певному етапі свого життєвого циклу має викликати та



стимулювати ідею створення наступного нововведення й забезпечувати фінансову підтримку цього процесу;

- принцип безпеки, який має гарантувати, що впроваджені інновації не нанесуть шкоди людині та навколишньому середовищу [43].

Теоретичні засади фундаментального характеру впровадження інновацій у туристичну діяльність розкрито і в праці О. Романенко та О. Яворської. Українські дослідниці здійснили аналіз вітчизняної літератури з цього питання та дійшли висновку, що необхідно досліджувати інновації не окремо, а у комплексі, формуючи інноваційну модель розвитку сфери туризму. Означена модель має передбачати збільшення випуску нової продукції з кращими споживчими властивостями та успішну її реалізацію на внутрішньому та зовнішньому ринках, підвищення ступеня збалансованості організаційно-економічного бізнес-середовища, раціональність використання інвестиційних, кадрових, матеріально-технічних і маркетингових ресурсів [41]. Таким чином, інноваційність повинна стати «прикладом нового рівня розвитку інтелектуальної творчої праці людини, результати якої спрямовані на появу такого «нового», яке не існувало в природі, але має соціальну значущість, оскільки задовольняє суспільні потреби, та містить комерційну складову» [там само].

О. Романенко та О. Яворська також доповнюють список засадничих принципів впровадження інновацій у сферу туризму. Зокрема вони вказують, що принцип перманентності є доволі суттєвим, оскільки обумовлює необхідність розробки та забезпечення довгострокової моделі інноваційного розвитку туристичної галузі та індустрії гостинності. Вагомим, на їхню думку, є й принципи керованість та екологічної нейтральності (чи позитивності). Однак, на наше переконання, у цьому контексті доцільніше використовувати термін «принцип екологічності», а не «екологічної нейтральності». Ми вважаємо, що метою впровадження усіх інновацій у сфері туризму має стати не просто «ненанесення шкоди довкіллю», а, насамперед, його збереження і захист. Тому варто вести мову про зміни, які підуть на користь довкіллю та суспільству, а не просто не завдадуть їм шкоду.

Керуючись викладеними принципами екологічності, все більше різноманітних нововведень впроваджується у сферу туризму і вони стають предметом дослідження науковців.

Останнім часом завдяки «процесам розвитку інформаційного суспільства та його трансформування в суспільство знань та технологій» [45], популярності та поширення набули праці з проблем комплексного використання інновацій у туризмі в умовах сталості розвитку. Мова йде вже про так званий «смарт туризм», тобто розумний туризм. Як свідчить аналіз, є низка праць, в яких розкриваються певні теоретико-методологічні та практичні аспекти смарт туризму. Так, О. Туник підкреслює складну структуру системи та практичну значущість смарт туризму. У своїх дослідницьких пошуках він висвітлює теоретико-методологічні основи смарт-туризму, який він включає в себе такі складові, як Інтернет речей (IoT), нейронний маркетинг, системи управління та інші, які утворюють цілісну комунікаційну систему взаємовідносин [45].

Науковці С. Бабушко, Л. Крікут та С. Попович у своїй праці «Смарт туризм: аналіз змін у сфері туризму» всебічно розкривають сутність смарт туризму і зазначають, що смарт туризм недоцільно сприймати лише як цифровий. Використання інноваційних цифрових технологій у туристичному бізнесі не робить його розумним у повному значенні цього слова. Дослідники наголошують, що інноваційні цифрові технології є лише засобом для кардинальних змін у багатьох видах туристичної діяльності (зміни в інформації про тури; зміна опцій для туриста; зміна туристичних моделей поведінки; зміни в туркомпаніях). Все в комплексі і є смарт туризмом [4].

Однак, у науковій літературі переважають праці присвячені використанню чи впровадженню в туризм окремих інновацій, зокрема таких: смарт технології [11]; віртуальна та доповнена реальності (VR та AR технології) [3]; комунікаційні та інформаційні технології [26]; соціальні та бізнес-мережі [35] та ін.

Разом з тим варто відзначити, що з'являється все більше наукових досліджень, де предметом наукових пошуків стає комплексне використання

цифрових та інформаційних інновацій, зокрема присвячених процесам створення чи перетворення наявних міст на «розумні», у тому числі й трансформації дестинацій на «розумні туристичні дестинації». Вважаємо доцільним виокремити публікації, присвячені smart місту, оскільки розумні міста являються своєрідними екосистемами і проблеми збереження ресурсів міста тісно пов'язані з рівнем його «розумності».

В контексті нашого дослідження використання інновацій, насамперед, пов'язане зі сталістю розвитку. Використання інноваційних технологій дозволяє об'єднати ресурси міста та управляти ними задля підвищення рівня безпеки життя у місті, покращення транспортного руху, моніторингу навколишнього середовища. Науковці зазначають, що пандемія COVID-19 порушила екосистему та інфраструктуру міста. Завдяки smart-мережам, smart-адміністрації, системі “розумних” технік управління міським транспортом, водопостачанням, поводженням з відходами, а також безпекою, міста прагнуть досягти сталості розвитку. Використання smart-технологій для збору даних про затори, використання електроенергії або води, а також про рівень якості повітря у дедалі більшій кількості міст покращує міські послуги. Так, зазначається, що завдяки реалізації концепції розумного міста має місце позитивний вплив на багато аспектів життя у місті: скорочувалися викиди парникових газів на 10-15%, прискорювався час на реагування та ліквідацію наслідків надзвичайних ситуацій у місті на 20-30%, навіть знижувався рівень смертності на 8-10% [4]. Разом з тим, попри широку доступність різних smart-рішень на ринку, їх впровадження залишається досить обмеженим, а більшість з них перебувають на рівні пілотних проектів [31].

Друге питання, яке нами було виокремлено в процесі огляду й аналізу наукової літератури та джерел, стосується інновацій в екологічному туризмі. Тут також потрібно відмітити, що проаналізовані нами праці умовно можна згрупувати у дві категорії:

- інновації в екологічному туризмі у більш широкому значенні. Тобто це всі нововведення, а не лише технічні;

- використання сучасних технологічних новинок в екотуризмі. Тобто це праці, в яких розкриваються цифрові та інші технічні нововведення, механізми їх використання, проблеми та подальші перспективи розвитку екотуризму завдяки їх впровадженню.

Умовну класифікацію проаналізованих нами україномовних та іншомовних наукових джерел і літератури можна представити графічно (див. рис. 1.5).

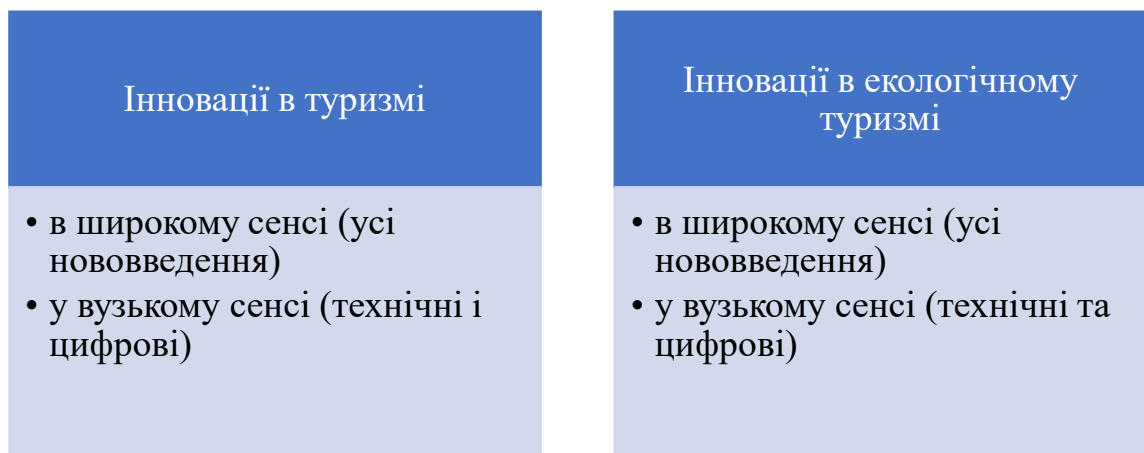


Рис.1.5. Умовна класифікація літератури і джерел з досліджуваного питання.

*Джерело: систематизовано автором.*

У межах першої категорії праць привертають увагу виступ і тези доповіді А. Регули «Інновації в туризмі: екологічний туризм», представлені на IV науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи» у м. Кам'янець-Подільський у 2016 р. У тезах мова йде про широке тлумачення інновацій в екологічному туризмі, тобто у значенні всіх нововведень у цей сегмент туризму. Дослідниця аналізує ці нововведення на прикладі Поділля та розглядає їх в контексті розвитку таких видів екотуризму, як: науковий, пізнавальний та рекреаційний. Вона виокремлює основні їх характеристики. Так, науковий екотуризм, на її думку, це – збір наукових даних у місцях подорожей у процесі студентських польових практик, наукових експедицій, результатом яких може стати сприяння у розвитку екологічного туризму у досліджуваній місцевості. Нововведення у

пізнавальному екотуризму мають відповідати загальній концепції екотуризму – збереження і захист довкілля й одночасне пізнання нового: інформації про історію краю, його звичаї, культуру тощо у ході етнографічних турів, палеонтологічних турів, фото-турів та ін. Щодо рекреаційного екотуризму, то інновації в цьому сегменті мають впроваджуватися з урахуванням специфіки двох його видів. Зокрема, в активному рекреаційному екотуризмі необхідно брати до уваги, що туристи не лише отримують нові знання про природу, відпочивають на природі, але й активно її досліджують у ході піших, лижних, кінних походів, сходження на гори, подорожей по воді та ін. На відміну від активного, пасивний рекреаційний екотуризм передбачає пікніки на природі, прогулянки на короткі відстані, риболовля, збір ягід чи грибів з дотриманням принципів екологічної сталості [40].

Інновації у їх широкому розумінні в екологічному туризмі розглядаються і в навчальному посібнику «Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу», укладеному О. Дмитрук. Дослідник аналізує інновації в менеджменті та маркетингу екологічного туризму, зазначаючи, що інноваційний менеджмент дозволяє досягти компромісу між притаманним ринковій економіці прагненням отримати прибуток від екологічного туризму, як і від будь-якого виду туризму, і захистом навколишнього середовища від негативних впливів туристичної діяльності. Щодо маркетингу екологічного туризму, то його основним завданням є не лише просування та реклама створеного еко-туристичного продукту, а насамперед, «інтеграція спільних інтересів організаторів екотуризму та природоохоронних організацій, місцевого населення, інших природокористувачів (лісового, водного, сільського господарства), а також відпочиваючих і туристів» [12]. Пропонуючи туристам інноваційні еко-туристичні продукти (еко-тури, еко-стежки, еко-екскурсії, еко-анімаційні програми, еко-дозвіллієві пізнавальні програми і заходи) та поєднуючи інноваційні управлінські рішення, туристичні компанії, що спеціалізуються на екотуризмі, можуть стати успішними і конкурентними на ринку.

До цієї групи наукових праць можемо також віднести дослідження групи індонезійських дослідників А. Фірмана (A. Firman), М. Мослепора (M. Moslehpour), Р. Квію (R. Qiu), П. К. Лін (P. K Lin), Т. Ісмаїла (T. Ismail) та Ф. Рахмана (F. Rahman), Науковці досліджують вплив інновацій у сфері еко-продуктів, інновацій у еко-процесах, еко-організаційних інновацій, політик у сфері екотуризму та соціальних мереж на сталий розвиток туризму в Індонезії. Для визначення зазначеного впливу вони використали основні методи збору даних, зокрема анкети, математичні методи для перевірки зв'язку між змінними. Результати показали, що інновації в еко-продуктах, інновації в еко-процесах, еко-організаційні інновації, політика екотуризму та соціальні медіа мають позитивний зв'язок зі сталим зростанням туризму. Позитивний вплив проявляється у підтриманні зв'язку туристичних фірм з усіма стейкхолдерами за допомогою соціальних мереж, через які усі отримують інформацію та діляться своїми ідеями. Таким чином, вони можуть підтримувати інноваційність своєї туристичної практики та відповідати вимогам зацікавлених сторін. Результати цього дослідження можуть бути використані для розроблення ефективної політики державних органів, яка покращує розвиток сталого туризму за допомогою екологічних інновацій та політики екологічного туризму [62].

С. Пуджар (S. Pujar) і Н. Мішра (N. Mishra) [72] дослідили наслідки, вплив та переваги екологічного туризму для більш сталого розвитку сфери туризму загалом. Туристи більш мотивовані, коли їм надаються усі необхідні зручності з моменту від'їзду, у тому числі й технологічні новинки, які сприяють ефективній та сприятливій політиці розвитку туризму на засадах сталості.

Категорія літератури та джерел щодо використання певної інноваційної технології в екологічному туризмі репрезентована переважно за рахунок інтернет джерел та дописів у блогах. Наукових публікацій, на жаль, ми не могли знайти, попри те, що шукали за такими ключовими термінами: інновації в екотуризмі, нововведення в екотуризмі, технологічні новинки в екотуризмі. Крім того пошуковими словами були й позначення окремих інноваційних технологій:

інтернет речей, віртуальна та доповнена реальність, хмарні технології, мобільні технології та ін. в екологічному туризмі.

Припускаємо, що використання окремих інноваційних технологій досліджується науковцями в більш широкому контексті – сфери туризму. Так, наприклад, екотуризм, на думку Г. Сорокіної, пропонує такі основні послуги туристам, як організація перевезення; розміщення; харчування туристів. Разом з тим пропонуються і додаткові послуги з організації дозвілля туристів, куди входять організація еко-екскурсій; послуги із залучення туристів до сільськогосподарських робіт і народних промислів на екологічній основі; послуги залучення туристів до участі у народних обрядах і культових дійствах, а також сільських фестивалях, ярмарках й інших масових акціях; побутове обслуговування; послуги з організації рекреаційно-відпочинкової діяльності та ін. [44]. Інновації, таким чином, впроваджуються у ці послуги, а вони за своєю сутністю є частиною туристичної діяльності загалом.

Отже, питання використання інновацій у туризмі викликає інтерес науковців і перебуває в колі їх інтересів. Разом з тим, інновації, на думку науковців, можна сприймати у широкому та вузькому значенні. Відповідно, проаналізована нами література та джерела умовно можуть бути поділені на дві категорії. Те ж стосується й інновацій власне в екологічному туризмі. Проте наукові праці, присвячені цьому питанню, є нечисельними.

## РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ЕКОТУРИЗМІ

### 2.1. Світовий досвід розвитку екотуризму із застосуванням інноваційних технологій

Генеральний секретар ЮНВТО Талеб Ріфаї у 2017 р. наголосив, що «...сталий розвиток туризму сприятиме кращому взаєморозумінню між народами в усьому світі, внаслідок чого буде підвищено поінформованість про велику спадщину різних цивілізацій і в забезпеченні кращого розуміння цінностей, притаманних різним культурам, сприяючи тим самим зміцненню миру в усьому світі» [79]. Велику роль в цьому відіграє й екологічний туризм. У цьому підрозділі ми розглянемо світовий досвід його розвитку із використанням сучасних інновацій.

Про роль екологічного туризму у розвитку сталого суспільства свідчать і такі статистичні дані. Обсяг світового ринку екотуризму, за оцінками експертів, за 2022 р. зріс на 15,2% у порівнянні з 2021 р. і становить 185.87 млрд доларів США. У 2021 р. – 157.75 млрд доларів США. У 2019 р. він становив 181.1 млрд доларів США. На рис. 2.1 представлено узагальнені дані розвитку екотуризму за обсягами прибутку.

Як бачимо з рисунку, після 2019 р. спостерігався спад в отриманні прибутків від екотуризму, що пов'язано з впливом пандемії COVID-19 на всю сферу туризму. Однак, починаючи вже з 2021 р. обсяги прибутків від екотуризму відновилися й прогнозуються їх щорічне неухильне зростання на 14,3%. Таким чином у 2027 р. прибутки від екотуризму складатимуть 333.8 млрд доларів США [59; 67]. Загалом, частка екологічного туризму становить понад 20% прибутку всього туристичного ринку.

Наведемо ще кілька різнопланових статистичних даних, що підтверджують подальший розвиток екотуризму та зростання популярності екотуристичного продукту:



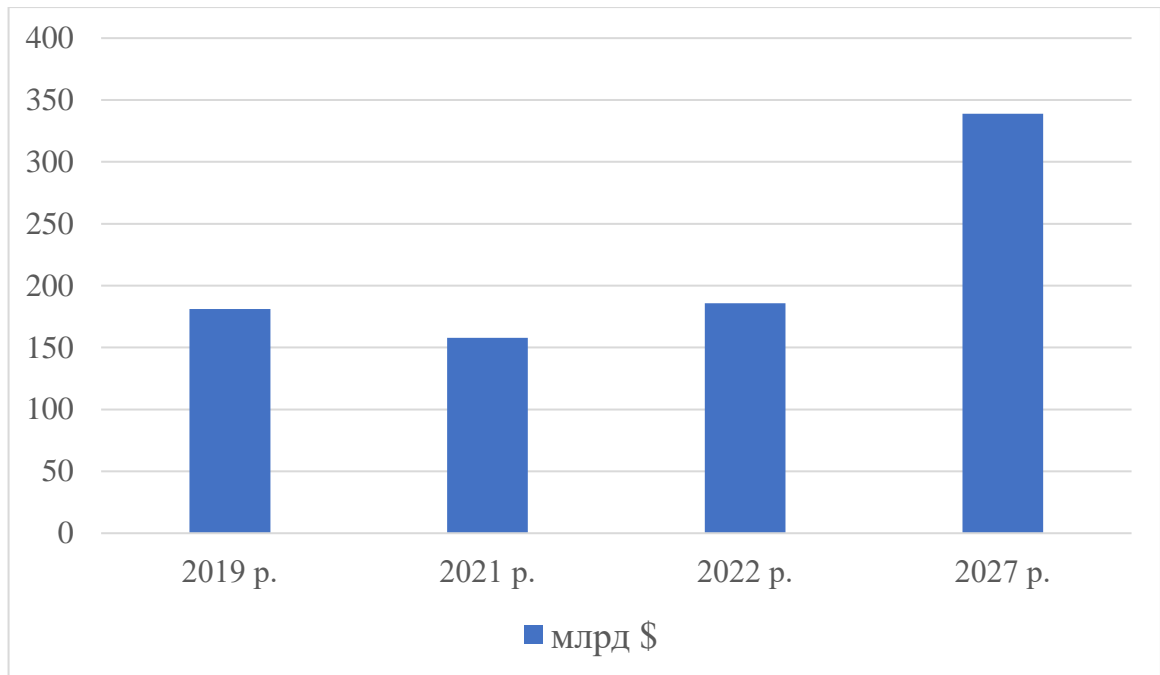


Рис. 2.1. Обсяги ринку екотуризму у світі.

Джерело: [59; 67].

- екологічне житло в середньому коштує на 151 долар США дешевше за ніч, що в середньому складає на 39% дешевше, ніж неекологічні варіанти;
- понад 71% туристів вважають важливими популяризувати та здійснювати саме екологічні подорожі;
- зміни клімату змусили 42% туристів віддати перевагу й обрати більш екологічні подорожі;
- у період з квітня 2019 р. по квітень 2022 р. пошукові запити в Інтернеті за ключовими словами «сталі (екологічні) подорожі» зросли на 142,6%;
- більшість мандрівників по всьому світу (понад 66%) прагнуть отримати справжні враження від подорожей, які представляють місцеву культуру та спільноти;
- троє з п'яти (62%) мандрівників планують зупинитися в будь-якій формі екологічного житла принаймні один раз протягом року;
- одна третина (33%) мандрівників вирушають у подорож ближче до дому, щоб зменшити викиди вуглецю (CO<sub>2</sub>) [58].

Найбільшими центрами екотуризму у світі вважаються: Великобританія та Німеччина, Австралія та Нова Зеландія, Південно-Африканські країни, Азія,

Фінляндія та Ірландія. Зазначимо, що й у країнах, що розвиваються – Еквадорі, Кенії, Непалі, Коста-Ріці, Мадагаскарі, екотуризм також становить доволі значну частину валового внутрішнього продукту та економічної діяльності.

Загалом, глобальний ринок екологічного туризму поділяється на чотири регіони: Північна Америка, Європа, Азійсько-Тихоокеанський та регіон LAMEA, куди входять Латино-Американський, Центрально-Африканський з Близько-Східним. Зауважимо, що Азійсько-Тихоокеанський має найбільшу частку, яка, за прогнозами, зростатиме в середньому на 15,3% і становитиме у 2030 р. 204268 млн доларів США. Для порівняння, у 2021 р. їхня частка становила 56720 млн доларів США. Такий стрімкий зріст частки пояснюється збільшення туристичних потоків міленіалів, тобто тих туристів, які народилися у 2000-х рр. та їхній дохід значно зросте до визначеного терміну. У порівнянні з іншими країнами, найбільшим гравцем на ринку екотуризму стане Китай. Його частка у 2021 р. оцінювалася в 40371 млн доларів США. Японія та Австралія поступово розширювали свій ринок екотуризму, дохід від якого склав 3176 млн та 3105 млн доларів США відповідно [59; 67]. .

Європа є другим за величиною гравцем на ринку екотуризму з її доходом 45361 млн доларів США у 2021 р. Очікується, що обсяги європейського ринку екотуризму зростатимуть щорічно на 12,7% і у 2030 р. складатимуть 133045 млн доларів США. Зростання обсягів європейського екотуристичного ринку зумовлене такими причинами: оптимізованою логістикою, розгалуженням і покращенням туристичної інфраструктури, підтримкою урядів країн та ефективною рекламою. У найбільш виграшному становищі перебувають Німеччина та Велика Британія, які отримують більше прибутку від екотуризму, ніж Італія та Франція. Так, дохід Німеччини від екотуризму у 2021 р. склав 13518 млн доларів США, а дохід Великої Британії – 8959 млн доларів США [59; 67].

Ринок екологічного туризму у Північно-Американському регіоні невпинно зростає та оцінювався у 2021 р. у 35721 млн доларів США. Чинниками зростання стали швидке поширення цифрових технологій, які допомагають туристам відкривати для себе нові туристичні дестинації, покращене авіа сполучення,

зростаючий дохід населення. США займають головну частину ринку з доходом від екотуризму у 28470 млн доларів США (2021 р.) [59; 67].

Африканський і Близько-Східний регіон екотуризму має найнижчі показники. Так, у 2021 р. його ринок було оцінено в 11658 млн доларів США. Найвагомими представниками на ринку є Саудівська Аравія та Об'єднані Арабські Емірати. Чинниками росту цього сегменту екотуристичного ринку є прагнення туристів з інших регіонів подорожувати і відпочити у країнах цього туристичного регіону [59; 67].

Викладені статистичні дані щодо обсягів ринку екотуризму відповідно до туристичного районування представлено на рис.2.2.

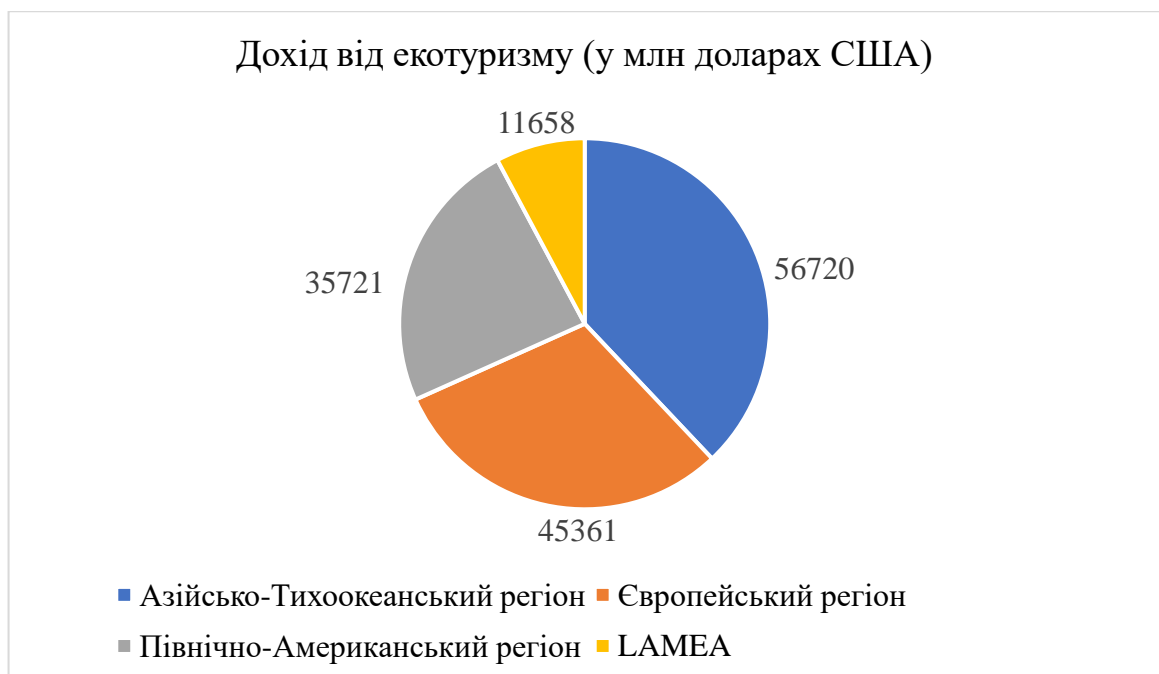


Рис. 2.2. Отримані доходи від екологічного туризму відповідно до туристичних регіонів у 2021 р.

*Джерело: за матеріалами [59; 67].*

Як бачимо зі статистичних даних, обсяги доходів, отриманих від екотуризму є доволі значними. Тож, потрібно зазначити, що усі країни світу переймаються проблемами екологізації. Одним із пріоритетних її напрямів є розвиток саме екологічного туризму. Першочерговим завданням для туристів має стати: їх орієнтація щодо пріоритетного використання саме екологічних ресурсів; збереження природного середовища; підтримання традицій укладу життя місцевого населення [68].

Для підтримання сталого розвитку суспільства, у тому числі й засобами туризму, використовуються різні інновації. Насамперед, варто згадати, що туристичний продукт і послуги туристичних компаній маркуються відповідними екологічними знаками. Всього станом на 2023 р. їх налічується 11. Це знаки, що використовуються у світовому масштабі. Відповідні екологічні маркування є й в Європі, Азії, Африці. У таблиці 2.1 наведемо приклади найчастіше використовуваних маркувань екологічності туристичних послуг.

Таблиця 2.1

№ з/п	Зображення емблеми/знаку	Коротка характеристика
1.		<p>глобальна сертифікація сталого туризму. Членство зарезеровано для компаній і організацій, які прагнуть зробити позитивний внесок у життя людей і планети. Знак діє з 1999 р. Сертифіковано понад 500 туристичних бізнесів.</p>
2.		<p>добровільне екомаркування для готелів, хостелів, кемпінгів, парків відпочинку, невеликих житлових приміщень, а також конференц-центрів, пам'яток і ресторанів. Для його отримання необхідно суворе дотримання критеріїв у сферах управління сталістю (вода, енергія, відходи, прибирання тощо) та освіти щодо сталості (персонал, гості, постачальники тощо).. Нагорода дійсна протягом одного року. На сьогодні понад 3000 закладів у 60 країнах отримали нагороду Green Key.</p>
3.		<p>Сертифікат TourCert надається туроператорам, закладам розміщення, дестинаціям та іншим туристичним підприємствам з високою економічною, екологічною та соціальною відповідальністю. Усі критеріальні каталоги TourCert базуються на міжнародних стандартах якості та управління навколишнім середовищем згідно з ISO та EMAS, а також на керівних принципах ISO щодо корпоративної відповідальності (ISO 26000), а також орієнтовані на міжнародні правила Глобальної ради сталого туризму (GSTC).</p>

4.		<p>Глобальна некомерційна організація, що керується місією підтримки кращого управління земельними ресурсами та ділової практики, що приносить користь людям, природі та клімату в понад 100 країнах світу. Їхня мета – позитивно впливати на навколишнє середовище, місцевих жителів і світове туристичне співтовариство та активно сприяти індустрії туризму в досягненні цілей сталого розвитку ООН. Враховують удосконалені та інноваційні стандарти, визнані Глобальною радою з питань сталого туризму – GSTC), впроваджуються за допомогою незалежних систем аудиту, які оцінюють і визнають сталість у діяльності закладів розміщення та туроператорів у всьому світі.</p>
5.		<p>Знак Travelife використовує різні стандарти та процедури перевірки для місць розміщення, а також для туроператорів і турагентів. Ця система забезпечує онлайн-навчання та практичні інструменти для планування сталого розвитку, управління та звітності. На сьогодні цей знак визнається 36 країнами та його отримали понад 80 туристичних підприємств.</p>
6.		<p>Це знак провідної наукової сертифікаційної та консультативної групи для індустрії подорожей і туризму. Співпрацює з урядами, підприємствами та дестинаціями, щоб створити чисті, безпечні та процвітаючі локації для подорожей і відпочинку. Знак отримали понад 642 туристичних бізнеси у всьому світі.</p>

*Джерело: систематизовано автором за [61].*

Зважаючи на роль екотуризму у досягненні сталого розвитку суспільства, національні організації зеленого туризму з 30 країн Європи об'єдналися в Європейську федерацію фермерського і сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism EuroGites). Її основні завдання, як раз і полягають у сприянні розвитку зеленого туризму через об'єднання усіх зацікавлених сторін у зростанні рівня сталості у розвитку туризму; наданні допомоги; забезпеченні необхідними навчально-методичними матеріалами та ресурсами; обміні

досвідом найкращих практик з сертифікації туристичних компаній та створених ними туристичних продуктів [61].

Європейський Союз вважає екотуризм одним із основних важелів економічного зростання сільських територій [5]. Так, фахівці Європейського банку реконструкції та розвитку здійснили оцінку вартості облаштування в місті вихідця з сільської місцевості. Як з'ясувалося, це – в 20 разів дорожче, ніж створення належних умов для його життя і роботи в селі [61]. Тому ключовим для розвитку екотуризму є створення таких умов у сільській місцевості, щоб туристи були зацікавлені поїхати, відпочити та помандрувати там. З цією метою в Євросоюзі було створено інноваційну цифрову платформу «Tourism 2030» як портал сталого та відповідального туризму. Мета впровадження цієї інновації полягає в наданні підтримки туристичному сектору у його прагненні зробити турпродукт і свої послуги «зеленими», тобто більш сталими, та легкими у пошуку. Для цього на платформі пропонується набір послуг та інструментів для об'єднання інтересів програм сертифікації сталого туризму, підприємств і дестинацій, маркетингових організацій і споживачів. Зокрема, використано Global Certification Quickfinder, Green Travel Maps і застосунок Travel Green Europe (див. додаток Б).

Проаналізуємо ці інновації детальніше. *Global Certification Quickfinder* було створено для допомоги туристичним підприємствам, дестинаціям і туроператорам знайти ті сертифікати, які доступні їм у їхній країні та які відповідають їхнім очікуванням щодо сталого розвитку, рівня довіри, відображення їхнього сертифікованого турпродукту на глобальних зелених картах подорожей та інших послуги для своїх користувачів.

Аналізуючи наявні в Європі сертифікуючі програми, відзначимо, що нині їх кількість становить 14, серед них найбільш відомі Біоготелі; Екокемпінг, Сертифіковані екоготелі, Екосертифікація, Зелений знак, Житло для сталого відпочинку та ін. Повний їх перелік з емблемами подано у додатку В.

*Green Travel Maps* – це інтерактивна карта, на якій відображено понад 15 тис. локацій для екомаршрутів. Для зручності споживачів маршрути розміщено

за країнами, наприклад, Зелена Італія, Зелена Хорватія, Зелена Болгарія тощо. Крім того, пропонується обрати з критерії вибору: туристичні компанії, туристичний пакет, транспорті та мобільні послуги, провайдери місць розміщення, кемпінг, ресторани та інші послуги харчування, атракції, активності, покупки, дестинації. Використовуючи ці критерії як фільтри, пошук того, що бажає турист стає значно легшим і доступнішим.

Застосунок *Travel Green Europe* надає відповідальним мандрівникам актуальні списки сертифікованих продуктів, послуг і дестинацій сталого туризму по всьому світу. Застосунок працює з платформою «Туризм 2030», щоб інформувати користувачів про екологічний вибір, який можна зробити під час подорожей, зосереджуючись на екотуризмі та пропозиціях зелених локацій. Режим Green Mapping призначений для професійних користувачів, які можуть створювати власні «Зелені карти подорожей». Застосунок було розроблено за фінансової підтримки ЄС Erasmus+ через проекти EcoAct і TRIANGLE.

Описуючи платформу «Туризм 2030», варто згадати описи тих практик розвитку еко-дружнього середовища готелями, кемпінгами, гостьовими будинками, туроператорами та іншими бізнесами, пов'язаними з туристичною діяльністю, які визнано сертифікаційними програмами. Зокрема. На платформі представлено 70 кращих практик з розвитку екологізації туризму. Опишемо кілька найбільш ефективних та інноваційних практик. У своєму виборі будемо орієнтуватися на той досвід, прогресивні ідеї якого можна з користю використати і в українському контексті.

**Румунія.** Туристична компанія «Абсолютно Карпатський» (Absolute Carpathian). Досвід зі збереження природної спадщини та біорізноманіття. Категорія: туроператори і турагентства. Територія: природний парк Бучегі.

«Absolute Carpathian» є туроператором, що спеціалізується на організації послуг для туристів зі спостереженням за дикою природою в Румунії, зокрема за вовками, ведмедями, рисями та птахами. Програми варіюються від одноденних візитів лише на три години із низкою коротких перерв до 10-денних програм. Політика відповідального туризму компанії відображена на головній сторінці

веб-сайту, охоплює економічну, екологічну та соціальну стійкість. Компанія використовує лише місцеві послуги, місцеві ремесла і продукцію. Розміри груп залишаються дуже малими, щоб мінімізувати негативний вплив. Маршрути плануються таким чином, щоб мінімізувати відстані між помешканнями та місцями спостереження за дикою природою. Усе житло, яке використовує компанія, сертифіковане Eco Romania.

Ключовим елементом їхнього підходу є створення позитивного зв'язку між туризмом і дикою природою. Компанія прагне поділитися досвідом з клієнтами зі свого спілкування з дикою природою та допомогти їм зрозуміти важливість збереження, використовуючи екотуризм для захисту великих м'ясоїдних тварин у їхньому природному середовищі існування. Компанія співпрацює з Інститутом дослідження дикої природи Румунії. Під час організації таких екотурів підкреслюється, що вони завдають шкоди тваринам і не наражають відвідувачів на небезпеку, спостереження здійснюється на безпечній відстані. Деякі дані, зібрані під час екскурсій, використовуються Інститутом у рамках дослідження поведінки диких тварин, зокрема чутливості ведмедів до людей. Дані також використовуються для вдосконалення законодавства зі збереження навколишнього середовища [50].

Приклад біоготелів та їхні інновації. **Італія.** Гірський готель *Blasla Hof*. Категорія: розміщення з обслуговуванням.

*Blasla Hof* пропонує апартаменти та шале, басейн у печері, сауну та сінну ванну, де у центральному приміщенні подають сніданок «шведський стіл» і вечері. Є можливості для спільного приготування їжі з господарями, щоб навчитися готувати місцеві фірмові страви, такі як кнедель. Сертифікація *Bio Hotels* вимагає комплексного управління ресурсами та CO<sub>2</sub>. Бізнес є кліматично нейтральним і використовує 100% екологічної електроенергії. Продукти для харчування є органічними та місцевими.

Готельний комплекс збудовано по традиційним еко-практикам в будівництві з використанням натуральних матеріалів, дерев'яною підлогою та меблями, стінами з каменю та ароматної деревини, а також з використанням



овечої вовни та сіна для ізоляції, ліжок і подушок. Предмети виготовлені вручну на основі справжньої південно-тірольської ремісничої роботи. Закупівля продуктів (яєць, молока, круп, хліба, меду, бекону, ковбаси, овочів, сиру, зелені, соку та вина) у багатьох місцевих фермерів сприяє зміцненню місцевої економіки [52].

**Іспанія.** Екоретріт – це такий вид ековідпочинку, коли турист відпочиває чи мандрує на природі упродовж короткого терміну 2-3 днів, зокрема на вихідних. Територія: природоохоронна зона в сільській та прибережній Каталонії.

Такий відпочинок, як правило, пропонується для співробітників компаній будь-якого розміру. Особливою рисою є пропозиція отримати індивідуальний досвід з гарантією того, що учасники відчують глибокий зв'язок із природою, щоб отримати позитивну енергію для себе. Пропозиції такого еко-відпочинку включають повні туристичні пакети, від транспорту до еко-житла, спостереження за птахами, збирання грибів у лісі чи прибирання пляжів Коста-Брава. Такий відпочинок набуває популярності у відповідь на зростання рівня стресу та гібридну роботу сучасних працівників, які прагнуть відновитися і водночас повернути щось природі.

Під час еко-відпочинку систематично проводиться моніторинг викидів CO<sub>2</sub> і розроблено план їх зменшення. Також вживаються заходи з обмеження використання пластику та зменшення відходів. Ці програми проводяться в Каталонії, де туроператори об'єднали свої зусилля з місцевими громадами. Постачальники, зокрема місця розміщення, оператори діяльності та гіді демонструють прихильність до сталого розвитку, що оцінюється за допомогою контрольного списку. Клієнтам надається інформація про місцеву природу та способи, як проявити поваги до неї, наприклад, мінімізувати рівень шуму [57].

Щодо інших частин світу та інших країн, найбільш типовим прикладом розвитку екотуризму слугує Китай, де втілюються в життя низка екопроектів. Оскільки Китай в останні роки займає третє місце у світі за кількістю прибуттів туристів [5], то проблема сталого розвитку та збереження ресурсної бази,

культурної та національної ідентичності та подальшого зростання туристичних потоків надзвичайно актуалізувалася та потребує негайних рішень. Одним із таких рішень стала програма Всесвітнього фонду збереження дикої природи, що стосується продажі в магазинах органічних продуктів, що були вирощені на півночі провінції Сичуань, території, де мешкають гігантські панди. Понад 200 родин, що проживають у природо-заповідних територіях, отримали 260 тис. юанів для того, щоб вирощувати екологічно чисті горіхи, перець, гриби, збирати натуральний мед. Попри те, що ця програма не є безпосередньо пов'язаною з туризмом, однак вона покликана сприяти сталому розвитку природо заповідних територій і покращенню життя місцевої громади [там само].

Заслуговує вивчення і досвід ОАЕ з розвитку екотуризму. Інноваційним екотуристичним продуктом, яким зацікавилися багато туристів, стали автомобільні прогулянки у заповіднику The Dubai Desert Conservation Reserve. Для туристів його відкрили у 2020 р. і ця пропозиція стала надзвичайно популярною. Принадою для туристів стала можливість розбити табір у пустелі та заночувати там. Під час поїздки туристи знайомляться з мешканцями пустелі: аравійською антилопою, газелями, перелітними птахами, особливо у період з листопада по квітень, ящірками, лисицями та іншими тваринами. Якщо під час самої подорожі майже не використовуються сучасні цифрові технології, то вони широко застосовуються на етапі підготовки такої екоподорожі. Зокрема, туристи можуть зробити онлайн замовлення через одну із восьми спеціально акредитованих туристичних компаній. Така екоподорож розрахована всього на п'ять автомобілів. Її орієнтовна вартість – 530 доларів США. Туристів забезпечують кемпінг-трейлерами з наметом на даху, з холодильником, душем, меблями, туалетом всередині трейлера, екологічно чистим грилем, питною водою. За своїми потребами туристи беруть напої, їжу та постільну білизну.

Таким чином, необхідно відзначити, що у всьому світі спостерігається підвищення інтересу саме до екологічного туризму. Деякі країни чи окремі місця в них набувають особливої популярності як екотуристичні локації. Так, Ісландія, Кенія, Непал у 2021 р. стали найбільш відвідуваними екотуристичними

дестинаціями у світі. Було підраховано, що в Непалі обсяги туристичних потоків екотуристів зросли на 24% і склали 1173071 відвідувачі за рік. Аналогічно, у Кенії туристичні потоки зросли навіть на 37% і перевищили 2 млн туристів. Тут вже йдеться не про окремі приклади зростання інтересу до певних локацій, а про тенденцію – туристи з усіх країн світу прагнуть відвідати країни третього світу, щоб долучитися до дикої природи, поспостерігати за птахами, полюбуватися кораловими рифами, побувати у малолюдних і пустельних місцях та ін.

Таким чином, описаний світовий досвід екологічного туризму свідчить про підвищення інтересу зі сторони туристів до відповідальних і сталих подорожей у природньому середовищі, які сприятимуть збереженню природи і довкілля та принесуть користь місцевим мешканцям.

## **2.2. Інноваційні тенденції розвитку екотуризму на сучасному етапі**

У розвитку екотуризму спостерігаються певні тенденції, деякі з них можна повною мірою вважати інноваційними, тобто такими, що раніше не мали місце. Насамперед, варто відзначити, що туристи, як і суспільство в цілому, стають більш свідомими й відповідальними по відношенню до природних ресурсів і культурної самобутності та зростання економічного добробуту місцевих жителів.

Так, згідно зі статистичними даними Booking.com, наведеними у доповіді зі сталих подорожей «Sustainable Travel Report 2021», йдеться про те, що 55% респондентів по всьому світу стали більш стурбовано реагувати на вплив своїх поїздок на навколишнє середовище [55]. Суголосними є й висновки швейцарського банку UBS, який заявив, що кожен п'ятий мандрівник літає менше через зростання екологічних проблем, підтримуючи еко-рух «flight-shaming» (у перекладі з англійської мови «сором літати»). Все це приводить до того, що індустрія подорожей, а також авіа-галузь зіткнуться з великою PR-кризою – їм потрібно буде змінити сприйняття клієнтів про те, що ці індустрії негативно впливають на клімат.

Таким чином, одна із тенденцій це – **зростання свідомості та відповідальності туристів під час їх мандрівок.**

Наведемо ще кілька прикладів зростання екологічної відповідальності туристів. Так, 27% туристів погоджуються, щоб їхній номер в готелі не прибирали щодня, адже це зекономило б витрати води. Також 27% туристів віддають перевагу посуду та столовим приборам багаторазового використання, а не одноразового [58].

Тісно пов'язаною з описаною тенденцією є **зростання популярності екотурів.** Так, статистика свідчить, що туристи використовують сучасні цифрові технології, зокрема онлайн пошуковик Google, для пошуку екологічних турів. До прикладу, американські користувачі інтернету почали все частіше використовувати фразу «сталі подорожі». У 2019 р. щомісячно, починаючи з квітня, у США було використано 446 запитів щодо сталих подорожей. Вже у квітні 2022 р. цих запитів стало 1082, що становило 142,6%. Онлайн пошук за ключовими словами «еко тури» за цей період також значно зріс – на 83,8%. Причому, шукаючи житло, інтернет користувачі віддавали перевагу еко-дружнім місцям розміщення. Так, чверть усіх запитів стосувалася саме сталого розміщення. Підсумовуючи, зазначимо, що 71% американців прагнуть бути більш відповідальними і свідомими по відношенню до довкілля під час своїх подорожей. Ця цифра, зокрема, зросла на 10% у порівнянні з 2021 р. [55].

Підґрунтям цієї тенденції є низка причин, чому люди спеціально шукають саме екологічне житло або екологічно-дружніх провайдерів туристичних послуг. Майже половина (46%) мандрівників зазначають, що протягом останніх 12 місяців вони користувалися екологічним житлом під час відпочинку. Інші причини, чому туристи обирали таке житло, включають наступні:

- намагання зменшити свій вплив на навколишнє середовище (31%);
- на їх переконання, екологічне житло краще для місцевої громади (24%);
- бажання отримати досвід подорожі, який більше відповідав би місцевості (21%).

Цікаво, що навіть ті, хто протягом останнього року не зупинявся в екологічно безпечному житті, сказали, що не знали, що цей варіант (31%) , а 29% сказали, що не знають, як шукати таке житло. Ці цифри свідчать про те, що популярність екорозміщення під час подорожей зростає. Водночас можна зробити ще більше, щоб зробити ці місця більш доступними для тих, хто може зацікавитися екотуризмом [58].

Варто також згадати, ще одну причину, чому екотуризм стає популярним. Це, передусім, вартість еко-турів. Доволі часто туристи вважають, що цей вид подорожі є більш дорогавартісним, ніж традиційний чи масовий туризм, оскільки послуги надаються невеликими місцевими туристичними компаніями, а не великими міжнародними чи мережевими туркомпаніями. Однак, насправді, еко-дружні поїздки можуть бути значно дешевшими за традиційні туристичні пропозиції. До прикладу, можна значно заощадити, коли турист скористається не авіа перельотом, а потягом. У таблиці 2.2 наведено орієнтовні ціни на авіа переліт та квиток на потяг у США.

Таблиця 2.2

**Порівняльна таблиця цін на авіа та залізничний квитки (США)**

Маршрут	Вартість залізничного квитка (\$)	Вартість авіа квитка (\$)	Заощадження (\$)
Сіетл – Портленд	63	463	400
Майямі – Тампа	100	375	275
Лос Анджелес – Сан Дієго	54	259	205
Нью Йорк – Бостон	162	290	128
Нью Йорк – Вашингтон	188	291	103

*Джерело: за матеріалами [58].*

Загалом, як бачимо з таблиці, потяг з м. Портленд до м. Сіетл коштуватиме на 400 доларів США менше. Звичайно, час на переїзд за цим маршрутом (Портленд – Сіетл) становитиме 3,5 год., а на переліт – 55 хв. Проте, якщо врахувати, що до аеропорту потрібно приїздити за 2 год., щоб пройти усі формальності з безпеки і вистояти в черзі, то у підсумку різниця буде незначною. Тим більше свідомість туриста буде зігрівати думка, що він/вона вчинив/ла

відповідально, адже авіа перельоти становлять 2,5% викидів світових парникових газів.

*Зростання популярності екоготелів* серед туристів є ще однією тенденцією, що набуває неабиякого поширення. Цьому є кілька причин. Передусім, відзначимо, що туристів приваблюють особливості таких місць розміщення, а саме те, що:

- електроенергія, що використовується в зеленому готелі, отримується від альтернативних джерел: сонячних панелей чи вітряків;

- конструкція будівлі має принципам біокліматичної архітектури, тобто має бути здатною забезпечити мінімальне споживання енергії, у тому числі для опалення чи кондиціонування повітря;

- екоготель має бути збудований з використанням екологічних будівельних матеріалів з низькою токсичністю;

- якщо зелений готель розташований у курортній зоні, де переважає спекотна погода, то кімнати гостей мають виходити вікнами на північ, на більш прохолодний фасад. Кімнати загального користування вікнами повинні виходити на тепліший фасад – на південну сторону;

- зелені готелі повинні бути розташованими в легкій досяжності до громадського транспорту для того, щоб зменшити використання приватних автомобілів та зменшити викиди CO<sub>2</sub>;

- екоготелі не повинні бути розташовані в зонах, обтяжених туристичною інфраструктурою;

- харчування, що пропонується, повинно бути здоровим і збалансованим, приготовленим з місцевих сільськогосподарських продуктів, бажано органічних [39].

У цьому відношенні (схильність туристів віддавати перевагу екоготелям) цікавими є результати статистичних досліджень компанії Radical Storage дослідження та її співзасновником Г. Піва (G. Piva) [58]. Було досліджено ціни на апартаменти, готелі та апарт-готелі у 10 найбільш відвідуваних містах світу: Париж, Дубаї, Амстердам, Мадрид, Рим, Берлін, Нью Йорк, Лондон, Мюнхен і

Барселона. Обиралися ті готелі, що на сайті Booking.com проходили фільтр «Подорожуй відповідально» (Travel sustainably) та традиційні, неекологічні альтернативи розміщення. З'ясувалося, що в середньому ціна за добу у екологічному розміщенні складала 151 долар США і це було на 39% дешевше, ніж у класичній пропозиції. Звичайно, що ціни будуть відрізнятися, якщо обрати виключно дешеве традиційне житло (хостели, гуртожитки). Але, якщо турист обирає готель, то різниця в ціні стає ще одним чинником, чому екоготелі набувають все більшої популярності.

Разом з тим, потрібно відмітити, що багато туристів переконані, що готелі та інші заклади розміщення мають робити набагато більше, щоб екологізувати свої послуги. Зокрема, важливим є використання сучасних цифрових технологій для обігріву чи охолодження повітря в номері готелю. Понад 35% туристів вважають, що для цього потрібно використовувати ключ-картки чи сенсорне управління [58].

***Взаємодія з місцевою громадою*** – ще одна визначальна риса екологічного туризму, яка стала однією з провідних тенденцій. Ключовим у цій взаємодії стає той факт, що екотуризм підтримується переважно невеликими підприємствами, які спрямовують витрати на місцеве населення. В той час, як великі туристичні компанії можуть використовувати менш екологічні та сталі практики.

Статистичні дані показують, що туристи зацікавлені в культурному досвіді та принесенні користі місцевим громадам у місцях, які вони відвідують. Дві третини (66%) туристів прагнуть отримати автентичний досвід, що представляє місцеву культуру, а 27% активно досліджують місцеву культуру перед відвідуванням. Інші дані, що відображають думку туристів щодо взаємодії екотуризму та місцевих громад, представлено на рис.2.3.

Інше опитування щодо прогнозів подорожей на 2022 р. показало, що 58% туристів вважають важливим, щоб їхня подорож принесла користь місцевій громаді, а 29% сказали, що вони б більше досліджували вплив свого візиту на місцеві громади [54].



Рис.2.3. Думки туристів щодо екотуризму та місцевих громад.  
Джерело: [58].

Одним із проявів взаємодії з місцевою громадою, на переконання 32% туристів, може стати активніша участь готелів у забезпеченні туристів інформацією про історико-культурну спадщину місцевості, її екосистему, місцеві правила етикету [58].

Екологічний транспорт. Коли йдеться про подорожі, то важливим стає й вибір транспорту, особливо, коли туристи є екологічно свідомими та відповідальними. І тут проявляється ще одна тенденція – **зміна вибору транспорту на користь екології** і зменшення вуглецевих викидів.

Статистичні дані свідчать, що 30% туристів у світі відчують сором чи певну незручність, коли обирають для своїх поїздок неекологічні види транспорту. Майже чверть (22%) туристів вивчають пропозиції громадського транспорту чи прокату велосипедів, 20% туристів віддають перевагу потягам, а не автомобілям для поїздок на довгі відстані. 11% туристів винаймають гібридні автомобілі з низьким рівнем викидів вуглекислого газу [58]. На рис.2.4 відображено також й інші альтернативи, чому туристи віддають перевагу більш екологічно безпечному транспорту.



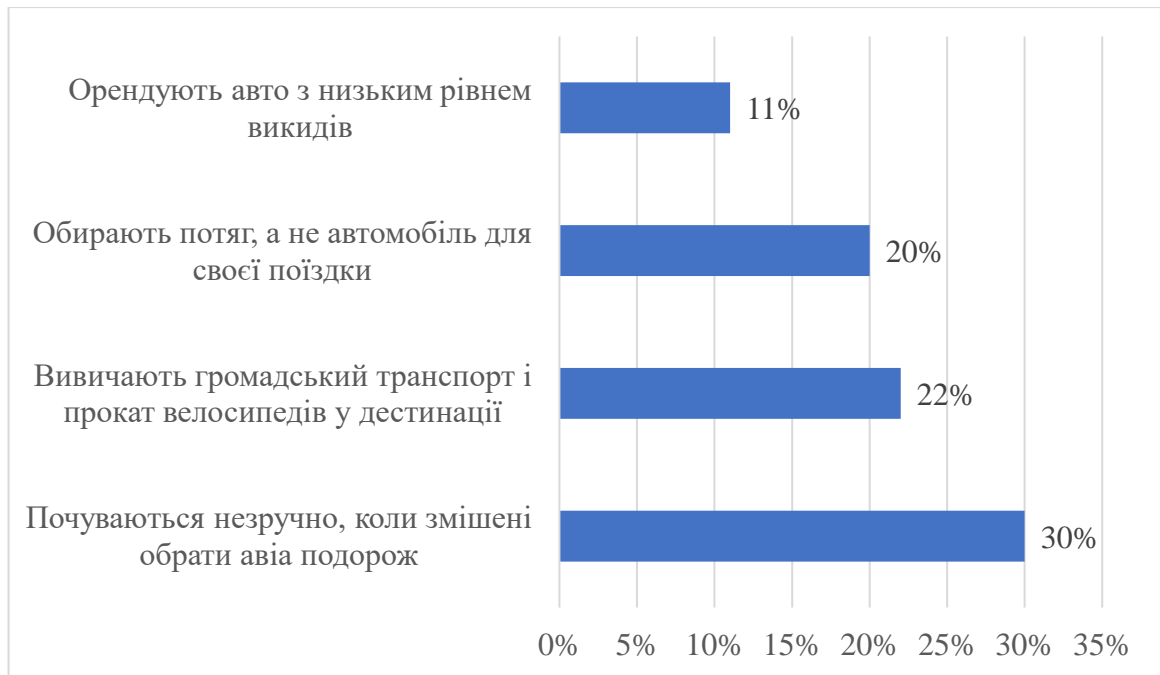


Рис.2.4. Вибір транспорту екологічно свідомими туристами.  
Джерело: за матеріалами [58].

Дослідження також свідчать, що 75% мандрівників планують використовувати більш екологічний транспорт під час наступної поїздки, наприклад велосипед або громадський транспорт, замість таксі та орендованих автомобілів. Крім того, 28% туристів зазначали, що скористалися б потягом замість автомобілів чи літаків, навіть попри те, що витратили б більше часу, щоб дістатися до місця призначення. Однак, це зменшило б викиди вуглецю. 18% респондентів сказали, що заплатили б більше за оренду електромобіля замість бензинового автомобіля під час своїх подорожей [58]. Таким чином, все частіше туристи вибирають більш екологічний транспорт, щоб завдати довкіллю менше шкоди.

Необхідно відзначити ще одну тенденцію в екологічному туризмі, яка тісно пов'язана з наслідками COVID-19 та зростанням екологічної свідомості туристів. Це тенденція – **обирати подорожі і відпочинок недалеко від свого дому**. З'явився навіть спеціальний термін для позначення цієї тенденції – «стейкейшн» (від англійського слова staycation, що утворилося від злиття двох слів «stay» (перебувати, зупинятися) та «vacation» (відпочинок, відпустка)). Іншими словами, це – подорожі, які ближче до дому. Для їх здійснення не

потрібно авіаперельоти, туристи використовують екологічніші способи подорожування (пішки, велосипед, громадський транспорт, електроавтомобіль та ін.), відтак проявляючи турботу про довкілля. Зростання популярності стейкейшн підтверджується статистичними даними. Так, більше половини (57%) людей вважають, що вони б розглянули можливість відправитися в не такі далекі подорожі в майбутньому, а одна третина (33%) були б готові зробити це, щоб зменшити викиди вуглецю в повітря. Майже чверть (23%) вже вирішили під час відпустки подорожувати в місце, що знаходиться ближче до дому, щоб обмежити свій негативний вплив на навколишнє середовище. Результати опитування туристів щодо їх ставлення до подорожей ближче до своєї домівки репрезентовано на рис. 2.5.

На рисунку представлено категорії відповідей респондентів, що були узагальнені компанією Radical Storage [58]. Категорія 1 – це ті туристи, які розглянули б можливість подорожувати ближче до свого дому. Категорія 2 – туристи, які у майбутньому обрали б подорож ближче до свого дому задля зменшення викидів. Категорія 3 – туристи, які вважають, що туристичні компанії повинні більше популяризувати різні дестинації та туристичні об'єкти, що знаходяться поблизу. Категорія 4 – туристи, які свідомо подорожують ближче до свого дому, щоб зменшити негативний вплив на довкілля від своїх подорожей через викиди вуглецю.

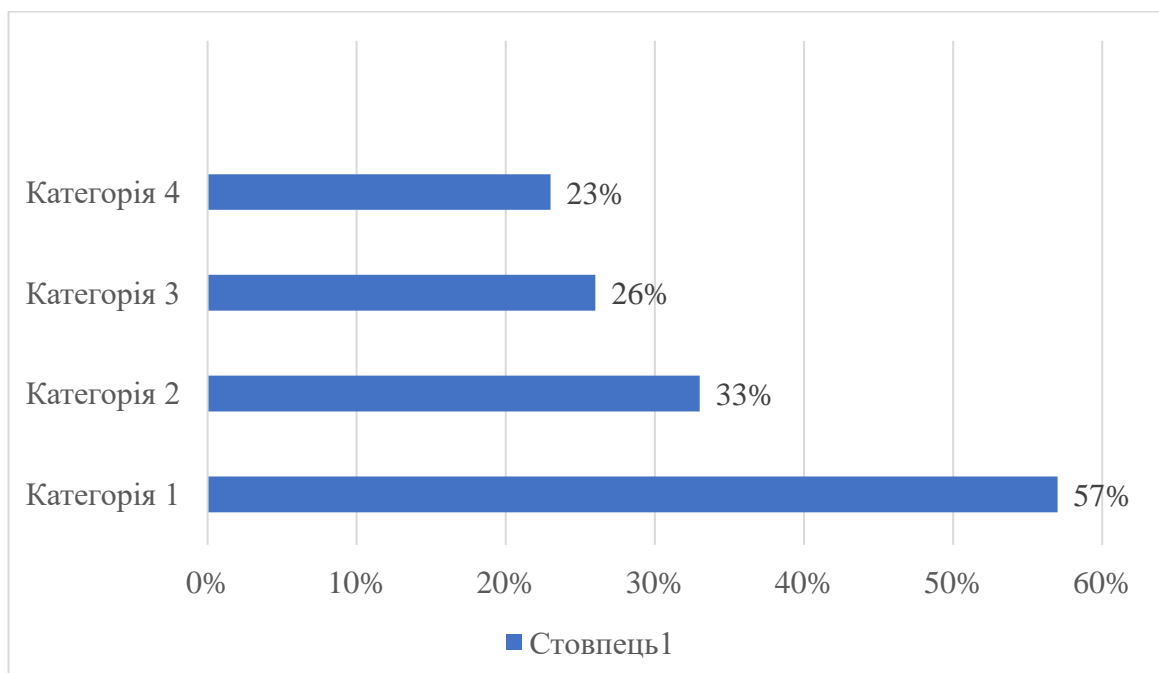


Рис.2.5. Ставлення туристів щодо подорожей поближче до дому.  
*Джерело: за матеріалами [58].*

Підсумовуючи, констатуємо, що описані вище інноваційні тенденції на ринку екотуризму не є вичерпними., однак вони домінують і продовжують визначати напрями подальшого розвитку туризму. Їх узагальнений вигляд представимо на рис. 2.6.



Рис.2.6. Інноваційні тенденції екотуризму.  
*Джерело: систематизовано автором за [58].*

Варто зазначити, що завдяки окресленим вище інноваційним тенденціям усі учасники (туристичні фірми та суміжні компанії, туристи, місцеві громади) отримують низку переваг від сталих подорожей. Передусім, це – **зменшення людського впливу на довкілля**. Вибір туристами місцевих помешкань як місць свого розміщення, споживання місцевої їжі допомагає зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Так, віддаючи перевагу місцевим продуктам, туристи не покладаються на імпорتنі товари, які потрібно доставити в обрану місцевість за допомогою транспорту. Відтак, навіть така, на перший погляд, дрібниця – як вибір місцевих продуктів, сприятиме зменшенню вуглецевих викидів в атмосферу.

**Підтримка місцевої громади.** Використання екологічного житла та вибір інших послуг гостинності, що їх надають місцеві компанії, туристи підтримують громаду, безпосередньо сплачуючи в її економіку. У багатьох регіонах, де туризмом займаються великі компанії, цю фінансову вигоду можна втратити. Тому доцільно використовувати послуги тих постачальників, які працюють з місцевим населенням, адже така співпраця може допомогти повернути цю вигоду безпосередньо місцевій громаді.

**Збереження природи.** Деякі туристичні об'єкти, пов'язані з тваринами, можуть бути доволі популярними серед відвідувачів, Але ці популярність не є корисною для самих тварин. До прикладу, екологічний туризм передбачає ознайомлення з практиками спілкування з тваринами, як от катання на слонах, зустрічі з тиграми, годування диких тварин. Однак такі практики не є етичними. Тому необхідно пропонувати туристам такі види діяльності, які орієнтовані на охорону природи, зокрема волонтерство. Це дасть можливість туристу бути залученим до певної діяльності під час відпочинку і водночас побачити дивовижну дику природу, не завдаючи їй шкоди.

Таким чином, екотуризм може забезпечити три основні переваги. В цілому, сталий туризм, що орієнтований, як й екологічний туризм, на збереження навколишнього середовища, покращення життя та підвищення економіки місцевого населення у туристичній дестинації, також має ці переваги. Тому завданням туристичних і суміжних компаній є використання цих переваг на користь довкілля. Саме гармонізація стосунків людини з навколишнім середовищем, турбота про збереження природи, підвищення екологічної свідомості суспільства та інші інноваційні тенденції в екотуризмі повинні стати пріоритетними напрямками розвитку всієї індустрії туризму.

### **2.3. Аналіз стану впровадження інновацій в екологічному туризмі в Україні**

Оскільки в сегменті екологічного туризму його осередками найчастіше виступають природні заповідники, парки, ліси, узбережжя морів та океанів,

озера, лимани, річки., вважаємо доцільним зупинитися спочатку аналізі ресурсного потенціалу України для його функціонування та подальшого розвитку.

Згідно з даними Природно-заповідного фонду України, в Україні станом на 01.01.2020 р. до природно-заповідного фонду входять понад 8,6 тис. об'єктів загальною площею є 4,4 млн, що становить 6,8 % площі країни. Це – так званий «показник заповідності». Карту природно-заповідних територій та об'єктів України представлено у додатку Г.

У складі природно-заповідного фонду 5 біосферних заповідників, 19 природних заповідників, 53 національних природних парки, 45 регіональних ландшафтних парків, 3078 пам'яток природи, 2729 заказників, 616 ботанічних, зоологічних садів, дендропарків та парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 793 заповідних урочища [37; 38]. Їх склад представлено на рис. 2.7.



Рис. 2.7. Об'єкти природно-заповідного фонду України.

Джерело: систематизовано автором за [37; 38 ].

Отже, зважаючи на наявність значної кількості парків, заказників, пам'яток природи, Україна має достатній потенціал для розвитку екологічного туризму. При порівнянні з країнами Європи, Україна значно програє, оскільки показник заповідності в Європі становить біля 21%, а в Україні поки що 6,8%. В результаті воєнної агресії росії проти України, цей показник знизився, адже постраждали 900 заповідних територій площею 1,2 млн га, що становить близько третини площі всього природно-заповідного фонду [37]. Все ж таки, можна констатувати, що природних ресурсів в Україні цілком достатньо для подальшого розвитку екологічного туризму.

Так, він може розвиватися за двома напрямками:

- відпочинок туристів у та поблизу природо-охоронних територій. Тобто створюються такі буферні смуги, що прилягають до природо-заповідних територій. Їх називають еко-туристичні економічні зони. В них туристам надаються послуги з розміщення та харчування;
- екологічна рекреація або, як його ще називають, урбокомпенсаційний, в межах міста та приміській місцевості.

Варто відмітити, що розвиток екотуризму за першим напрямом оптимізував би витрати національних і ландшафтних парків, дав їм можливість підтримувати належний стан, переорієнтувавшись на розвиток спеціалізованого обслуговування туристів. Зокрема, національні природні та ландшафтні парки могли б пропонувати такі екопідтримуючі послуги: прокат туристського спорядження, природознавчі екскурсійні послуги, екологічні семінари та конференції, організація екостежок та маршрутів з метою ознайомлення туристів із унікальними природними місцями. Подібні методи організації екотуристичного паркового обслуговування давно використовуються в Польщі, де на приватний сектор припадає понад 80% послуг з проживання туристів. При цьому, служби національних парків виконують функції з підтримки в належному стані дорожньо-стежкової мережі, організації масових природоохоронних заходів, здійснення контролю за рекреаційним навантаженням на природні комплекси [22].

До війни, підло розв'язаної РФ на території України, серед туристів, які захоплювалися екологічним туризмом, популярною туристичною дестинацією був біосферний заповідник «Асканія-Нова» імені Ф.Е. Фальц-Фейна. З 1995 р. заповідник вважається самостійною природоохоронною, науково-дослідною установою міжнародного значення. Асканію-Нову було включено до Всесвітньої мережі біосферних резерватів ЮНЕСКО [46]. Було багато що зроблено, оскільки пріоритетним напрямом розвитку туризму в Асканії-Новій і на території Херсонської області став саме екологічний туризм. Насамперед, постала необхідність інформування потенційних екологічних туристів про рекреаційний потенціал біосферного заповідника та інших дестинацій області, оскільки об'єкти природно-заповідного фонду є унікальними та різноплановими.

З цією метою ще у 2015 р. громада Херсонщини звернулася до компанії Google Україна, щоб за допомогою сучасних цифрових технологій інформувати туристів про рекреаційні можливості області і водночас підвищити рівень цифрової грамотності членів громади. Результатом інноваційних впроваджень стала нова, розроблена, спеціальна віртуальна карта, за допомогою якої можна переглянути всі визначні туристичні місця області та біосферного заповідника, знайти місце для відпочинку. За своєю сутністю карта являє собою колекцію професійних віртуальних панорамних 3D турів, віртуальних туристичних карт.

Для її створення залучалися місцеві експерти, спеціалісти-картографи, сертифіковані фотографи Google. Вони відцифрували та нанесли на карту туристичні та інфраструктурні об'єкти Херсонщини. Причому, ця карта не є фіксованою, її можна доповнювати за допомогою смартфона і самим користувачам, використовуючи зображення, зроблені власноруч. Нині, в умовах війни та окупації цих територій та припинення транспортної логістики з підконтрольної території, на жаль отримані досягнення поки що не можуть бути використані з туристично-рекреаційною метою. Проте адміністрація біосферного заповідника робить все можливе, щоб розв'язати нагальні потреби з утримання колекцій, охорони та збереження природних і штучних екосистем.

Інноваційні цифрові технології для розвитку туризму, зокрема екологічного, культурного, сімейного, релігійного, історичного, також широко впроваджуються і на Київщині. Результатом стало створення веб-сайту «Київщина туристична», де представлено понад 20 туристичних локацій і цікавих туристичних пам'яток (природні, культові, меморіальні та ін.) в форматі 3D-турів. Крім того, на сайті є карти з відмітками цікавих туристичних місць Київської області, широкий вибір відео-роликів про них та інформація про них. Сучасні цифрові технології дають можливість попередньо віртуально ознайомитися з місцями для відпочинку та отримати бажання відвідати їх [8]. Проте це не означає зробити фотографії і все. Оцифрувати місцевість є трудомістким і часозатратним процесом, адже сюди входять такі дії, як сфотографувати місцевість, відзняти відео, перевірити наявну інформацію та внести відповідні корективи, внести також інформацію про це місце, зокрема години його роботи.

Зазначимо, що активна фаза цього цифрового проекту на Київщині розпочалася у вересні 2019 р. Область було умовно розділено на три регіони (див. додаток Д) для того, щоб представити оцифровані цікаві місця та туристичну інфраструктуру.

Проте, спочатку було зроблено аудит наявної інформації, тобто перевірено яка інформація є у вільному доступі, чи вона є правдивою, актуальною, чи є відгуки відвідувачів та ін. Потім учасники проекту відвідували визначені регіони та перевіряли, з чим доведеться зіткнутися туристам під час їх мандрівок до обраного місця та викладали цю інформацію на платформах загального доступу. Було відзначено, що для того, щоб інформація залишалася актуальною, необхідно залишати відгуки в Google та ставити оцінки кожному відвіданому об'єкту. Адже завдяки рейтингуванню він оцінюється, піднімається в рейтингу пізнаваності та простоти пошуку незалежно від того, позитивна ця оцінка чи негативна чи нейтральна.



Наведемо кілька статистичних даних щодо того, що ж було зроблено експертами Google, місцевими активістами та представниками органів державної влади в межах діджиталізації туристичної Київщини. Так, було:

- отримано 75176 балів;
- написано 456 відгуків;
- поставлено 575 оцінок;
- додано 9376 фото;
- додано 169 відео;
- перевірено 5916 фактів про локації;
- зроблено 1625 змін;
- додано на карти Google 338 нових місць [Віртуальний туризм: звідки].

Під час реалізації цього цифрового проєкту використовувалося три варіанти оцифрування маршрутів. По-перше, використовуючи програму Google Street View, коли автомобіль з необхідним обладнанням рухається по дорозі і таким чином ця дорога стає доступною для перегляду. По-друге, створюючи віртуальний тур за допомогою квадрокоптера, а оператор перебуває ззовні чи всередині приміщення. У додатку Д представлено фото процесу зйомки віртуального туру. По-третє, через тури доступності, коли відбувається аналіз місцевості з точки зору маломобільних груп населення. Останній варіант є найважчим, адже для розробки такого маршруту необхідно, щоб людина з необхідним обладнанням йшла за маршрутом, фіксуючи наявність тротуарів чи стежок без крутих схилів, без бруківки, але з наявністю з'їздів, що уможлиблює доступ і пересування по маршруту людини на візку або з дитячою коляскою.

Таким чином, для того, щоб зацікавити туристів місцями для екологічного туризму, необхідно попередньо здійснити низку заходів з використанням сучасних технологічних інновацій. Так, з прикладу створення Google карт для туристів ми бачимо, що це – доволі непростий процес, який охоплює різноманітні взаємопов'язані дії. Їх перелік представлено на рис. 2.8.

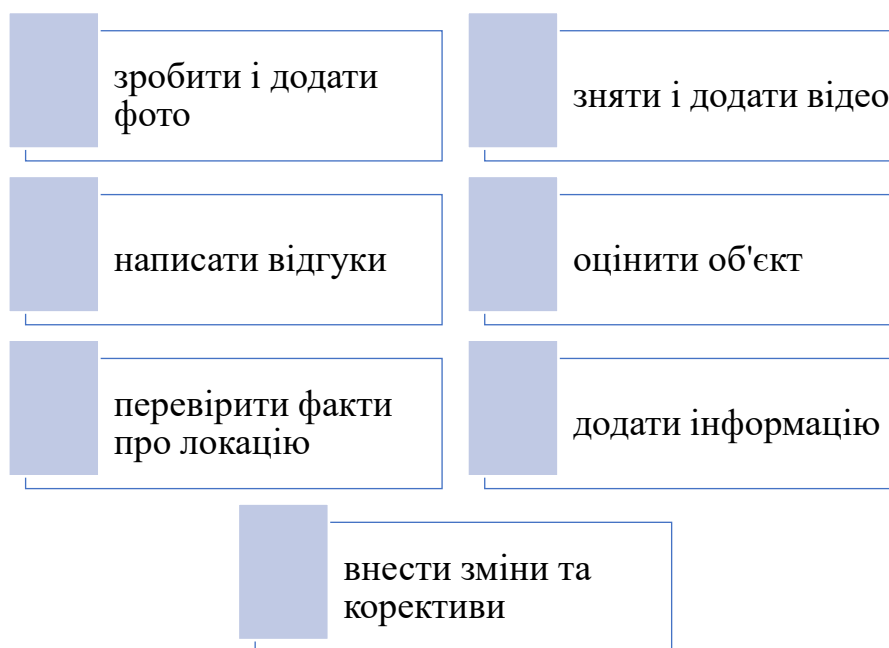


Рис. 2.8. Процес створення Google карти для туристів.  
*Джерело: за матеріалами [8].*

Ще одним прикладом використання інновацій у туристичній галузі України може слугувати система екологічної сертифікації. Процеси екологізації стають невід'ємною частиною усіх сфер економіки України та регулюються відповідним законом – Законом України «Про основні засади державної екологічної політики України на період до 2020 року». Інноваційним напрямом в екологізації сфери туризму стало створення та введення екологічного менеджменту у вітчизняних закладах розміщення.

Так, з 2018 р. в Україні діє громадська організація «Всеукраїнська спілка екологічного маркування «Зелена Зірка», яка займається розробкою екологічних вимог до товарів та послуг, у тому числі й послуг гостинності. ГО надає сертифікованим виробникам та постачальникам право маркування своєї продукції екологічним знаком «Зелена Зірка» [32], керуючись міжнародними стандартами серії ISO 14000. Організація входить до складу Global Ecolabelling Network – міжнародної організації, що об'єднує 27 сертифікаційних систем 60 країн світу. Її здобутками можна вважати гармонізацію 43 екологічних стандартів на товари та послуги, тобто узгодження вітчизняних і міжнародних стандартів [там само].

В контексті нашого дослідження про інновації в екологічному туризмі варто згадати, що умовою присвоєння готелю статусу «екологічний» є його сертифікація, що здійснюється незалежною третьою стороною чи державою. У поняття «екологічна сертифікація» входить процедура екомаркування. Сертифікація готельних послуг в Україні не є обов'язковою. Проте велика кількість готелів зацікавлені в проходженні екологічної сертифікації та отриманні статусу «екологічний готель». В Україні станом на 2018 р. налічувалося 8 екоготелів, сертифікованих Міжнародною програмою «Green Key» [33], що дало можливість зайняти 21 місце у світовому рейтингу країн з екоготелями. У додатку Е представлено список готелів в Україні, які пройшли міжнародну екологічну сертифікацію «Green Key».

До прикладу, готелі України, починаючи з 1 жовтня 2019 р., зобов'язані у житлових і громадських приміщеннях передбачати системи роздільного сортування сміття згідно ДБН В.2.2-20:2008, зміна №1 від 2019 р. [36]. Іншими словами, використовуючи цифрові засоби, а також принципи екологічності, українські готелі поступово починають перетворюватися на екодружні і завдавати менше шкоди довкіллю. Це, безумовно, вплине на їх імідж на залучить до них екологічно свідомих туристів.

Разом з тим варто зазначити, що найбільшою перешкодою в екологізації готелів є фінансова сторона. Експерти підраховали, що кошторис будівництва екоготелю відрізняється від стандартного мінімум удвічі. Відтак, ці витрати позначаються на вартості проживання в екоготелі і ціни будуть на 30% вищі у порівнянні з іншими готелями [39]. Натомість, як ми вже описували у попередньому підрозділі, ціни в екоготелях у найбільших містах світу є на 39% нижчими за традиційні готелі. Така відмінність пояснюється тим, що для будівництва чи переобладнання готелів на екологічні у зарубіжних країнах створено спеціальні фонди, що надають кредити під низькі відсотки. Тому у процесі екологізації українських готелів необхідно активно залучати інвестиції, зокрема й зарубіжних компаній.

В Україні набули популярності такі заходи в межах екотуризму, як екостежки. Це – спеціально облаштовані маршрути, що охороняються, для пізнавальних прогулянок відпочиваючих. Як правило, їх прокладають у національних парках і ландшафтних заповідниках. Стежки облаштовують дороговказами, інформаційними стендами, спеціально обладнаними майданчиками для відпочинку, фотозонами. Для цього активно використовують різні технологічні інновації, зокрема аудо-гіди, Google карти.

Інноваціями у створенні екостежок є перетворення їх на інтерактивні. Перша таку стежка була прокладена та облаштована у Голосіївському районі м. Київ за підтримки Міністерства екології та природних ресурсів України. Фото однієї з інтерактивних зон екостежки представлено у додатку Є. Довжина стежки всього 3 км, проте під час її проходження туристи можуть зайняти себе цікавими видами діяльності в інтерактивних зонах. Зокрема туристи можуть дізнатися про лісову екосистему, проблеми лісу і тварин, які там мешкають. З особливих цікавинок – туристи можуть дізнатися, на яку пташку вони схожі, порівняти свої сліди зі слідами тварин, обійняти разом з друзями найбільший дуб у Голосіївському лісі. Екостежка має зону з мольбертами, де туристи можуть намалювати лісовий пейзаж. Є такі куточки, де можна порівняти розмах своїх рук з розмахом крил птахів, чи виміряти свій зріст у «зайцях» [7].

На жаль, відсутня статистика щодо кількості створення екостежок в Україні. Проте варто відмітити, що кожна область України має принаймні 1-2 екостежки. Оскільки інтерес до екотуризму продовжує зростати. Після перемоги сподіваємося, що кількість таких екостежок та інших видів діяльності в межах екотуризму збільшиться в рази і буде більш диверсифікованою саме завдяки використанню інноваційних цифрових технологій.

## РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### **3.1. Проблеми і перешкоди у розвитку екотуризму та впровадженні інновацій**

Як у будь якого бізнесу чи сфері діяльності, існує низка проблем, перешкод, бар'єрів на шляху їх подальшого розвитку. Це стосується й екологічного туризму та використання інновацій в цьому сегменті туризму. Як правило, ці проблеми і перешкоди не є поодинокими, а ідуть у комплексі. Так, у результаті проведення кваліфікаційного дослідження з розвитку екологічного туризму та впровадження інновацій, було визначено сукупність перешкод. Їх аналіз та виокремлення відповідальних за усунення бар'єрів та вирішення проблем дозволили нам систематизувати їх за групами: держава; громада та місцеве населення; туристичні компанії, суміжні організації та туристи. На рис. 3.1 представлено категоризацію проблем відповідно до обраного критерію.

Як видно з рисунку, до категорії проблем, що пов'язані з державою і державними органами, ми віднесли, ті, що можуть бути вирішені на національному рівні. Насамперед, розвиток екологічного туризму, як й інших видів туризму, гальмується через недосконалість законодавчої бази з регулювання туристичної галузі. Інші кілька проблем повністю залежать від наявної нормативно-правової бази, а саме: відсутність спеціальних програм підтримки підприємницької діяльності в екотуризмі; відсутність належних механізмів оподаткування. Несприятливі соціально-економічні та політичні умови (COVID-19, війна, як результат – глибока криза усіх сфер діяльності) є об'єктивними чинниками, однак урегулювання їх наслідків також залежить від державних органів влади.

До другої категорії «громада/місцеве населення» ми віднесли ті проблеми, вирішення яких може бути здійснене на місцевому рівні. До них входять: недосконала система просування екотуристичних послуг, що означає повну чи часткову відсутність продуманої політики розвитку громади, у тому числі й

невикористання ефективних маркетингових інструментів для рекламування своєї місцевості як екологічно привабливої для туристів.



Рис.3.1.Класифікація проблем розвитку екологічного туризму та впровадження інновацій.

*Джерело: розроблено автором.*

Проблема, що пов'язана з неналежною туристично-рекреаційною інфраструктурою є доволі всеосяжною. Можна навіть її віднести до проблем державного рівня. Однак, на нашу думку, це проблема другої категорії, оскільки саме громада зацікавлена у збільшенні місць розміщення для туристів, у приведенні доріг до належного стану, у добре розгалуженій і продуманій мережі громадського транспорту, у облаштованих для туристів зонах відпочинку та ін. Для вирішення означеної проблеми потрібні значні кошти, відтак проблема пошуку інвесторів є однією з ключових на рівні громади.

Низька поінформованість населення про сталість розвитку громади, низький рівень обізнаності місцевих жителів про переваги екологічного туризму саме для них, як от охорона природнього середовища та збереження автентичних культурних традицій, підвищення рівня економічного зростання громади, збільшення робочих місць завдяки розвитку екологічного (сільського зеленого, аграрного, фермерського та інших видів туризму). До цієї проблеми ми також відносимо й відсутність навичок використання сучасних ІКТ та інших інновацій у створенні екотуристичного продукту та наданні послуг екогостинності.

Третя категорія проблем, стосується діяльності туристичних компаній та суміжних до галузі організацій, а також безпосередньо туристів. Поєднання двох сторін зумовлене тим, що туристичні компанії створюють й реалізують екотуристичний продукт, а туристи його споживають. Іншими словами, проблеми, що виникають під час створення і реалізації, безсумнівно, впливатимуть і на споживання турпродукту. З цих міркувань ми й об'єднали проблеми. Так, зазначена проблема «невідповідність закладів розміщення потребам екотуристів» стосується, насамперед, туристів, які прагнуть отримати екологічно безпечне і сертифіковане житло на час своєї подорожі. Разом з тим, ця проблема постає й перед готелями, які мають враховувати прагнення екотуристів. На жаль, готельний фонд України налічує готелі, що переважно були збудовані ще за часів СРСР. Тож і працюють вони, як правило, за старими принципами. Вітчизняні готелі мають доволі стару матеріально-технічну базу, відсталі методи роботи, відсутність інвестицій. Крім того, наслідки пандемії COVID-19 та війни негативно вплинули на обсяги їх завантаженості, оскільки туристи призупинили свої поїздки. Все це є несприятливими чинниками для подальшого їх розвитку з урахуванням новітніх тенденцій екологізації діяльності. Зазначимо, що з-поміж наявних готелів лише незначну частку було реконструйовано. І це, передусім, представники великих міжнародних готельних брендів. Саме вони визнають вагомість екологічності і перетворили її на пріоритет в обслуговуванні гостей готелю. Тож проблема створення чи перетворення наявних готелів у екологічно дружні набуває неабиякої

актуальності та потребує свого вирішення. Готелі повинні намагатися реконструювати свій заклад розміщення чи, принаймні, впровадити в своє функціонування енергозберігаючі, водозберігаючі технології, сортування сміття, зменшення відходів та інші екологічні ініціативи задля задоволення потреб екотуристів.

Логічно припустити, що у зв'язку зі зростанням свідомого та відповідального ставлення екотуристів, їх вимоги до якості екотуристичного продукту також зростатимуть. Наразі його якість є низькою, тому туристичні компанії та організації суміжних до туризму галузей мають шукати можливостей, як підвищити цю якість. Звичайно, проблема сезонності є типовою для туристично-рекреаційної діяльності як для компаній, так і для туристів. Пошуки шляхів подолання фактору сезонності потребують чималих зусиль зі сторони туристичних компаній, готелів, курортних ресторанів. Сезонність може стати й проблемою для екотуристів. У піковий сезон у локаціях юрбляться натовпи туристів, що приводить до явища надмірного туризму. Тож еко туристи прагнуть місць, наближених до природи, де немає юрб людей, де можна відпочити у тиші і насолодитися природою.

Ще одна проблема, віднесена нами до цієї категорії, це – недостатній рівень підготовки. Тут ми маємо на увазі недостатній рівень підготовки професійних кадрів у сегменті екологічного туризму. Адже кожен вид туризму має свої особливості, тому фахівці мають бути добре підготовленими, знати ці особливості та використовувати їх як переваги. Окрім зазначеного, ми маємо на увазі також недостатній рівень підготовки екологічних туристів, саме просвітницький. Еко туристи доволі часто прагнуть екологічних послуг гостинності, а докладати своїх зусиль до підтримання природніх і культурних ресурсів місцевого населення не спроможні через те, що не знають, як зробити так, щоб їх подорож і відпочинок не завдали шкоди довкіллю та місцевому населенню.

Велику частку проблем і різних перешкод у розвитку екологічного туризму спричинила пандемія COVID-19. Ми виділили їх до першої категорії. Однак, ця



проблема більш глобальна і торкнулася, безперечно, усіх стейкхолдерів туризму. Тут ми намагалися виділити ті проблеми від пандемії COVID-19, що стосувалися безпеосередньо екологічного туризму, зокрема:

- труднощі, які виникають у туристів з дотриманням соціальної дистанції та інших протиепідеміологічних заходів;
- низький рівень поінформованості населення, щодо можливості відвідування екологічних стежок та маршрутів в умовах пандемічних обмежень;
- недотримання карантинних вимог з боку представників парків відпочинку, національних природніх парків, туристичних компаній, перевізників та інших суб'єктів екологічно-туристичного підприємництва;
- незацікавленість місцевих органів влади у розвитку внутрішнього туризму, у тому числі й екологічного;
- низький рівень обізнаності населення про захист природи, сталий розвиток суспільства та економіки;
- небажання змінюватись заради спасіння природи і збереження природних ресурсів для наступних поколінь [30].

Варто також звернути увагу на ті проблеми, що їх може спричинити власне екологічний туризм. Попри те, що основна мета екологічного туризму полягає саме у збереженні та дбайливому ставленні до природи та її ресурсів, до культури місцевих жителів та їх автентичності екотуризм все ж таки може завдати певної шкоди. І це якраз і є та проблема, що її породив екотуризм:

- еко туристи часто подорожують до екологічно вразливих територій, яким загрожує обвал або ерозія;
- порушення дикої природи, видалення рослинності (наприклад, для збору рослин) і збільшення обсягів сміття через відвідувачів також є ймовірними негативними наслідками екотуризму;
- деякі візити еко туристів проводяться в чутливі періоди, наприклад, під час розмноження тварин або періодів висиджування;
- існують приховані наслідки, такі як споживання палива для подорожей повітрям або дорогою;

- існує ризик того, що екотуризм перетвориться на масовий туризм із величезним впливом на різних рівнях, окрім екологічного.

Таким чином, аналізуючи проблеми і перешкоди у розвитку екологічного туризму та можливості впровадження інновацій, їх було класифіковано у три групи: держава, місцева громада та населення; туристичні компанії, суміжні їм організації та туристи. Окрім того, окрему групу утворюють проблеми, що були спричинені пандемією COVID-19, та проблеми, що їх створює сам екологічний вид туризму. Вирішення виокремлених проблем можуть слугувати своєрідним дороговказом подальшого розвитку екологічного туризму та просування екологічних туристично-рекреаційних ініціатив.

### **3.2. Авторські пропозиції з подальшого розвитку екологічного туризму та використання інновацій**

Зважаючи на роль екологічного туризму у розвитку здорового суспільства, економічному зростанні місцевих громад та збереженні їх культурної спадщини, у популяризації дбайливого ставлення до природи та природних ресурсів, нами було підготовлено низку пропозицій щодо подальшого розвитку екологічного туризму та використання інновацій. Ці пропозиції було згруповано за трьома рівнями, відповідно до яких вони мають бути реалізовані. Їх стислий перелік репрезентовано на рис. 3.2.

Очікується, що виконання запропонованих рекомендацій сприятиме розвитку екотуризму, підвищить рівень свідомого та відповідального ставлення туристів до природних та історико-культурних ресурсів України, приведе до популяризації іміджу України як екотуристичної дестинації та збільшить туристичні потоки як іноземних, так і внутрішніх туристів. Нижче ми пояснимо, в чому полягає зміст наших пропозицій та рекомендацій.

**Індивідуальний рівень.** Пропозиції цього рівня орієнтовані на туриста. Їх реалізація сприятиме збільшенню позитивного впливу від подорожі та відпочинку.

Варто подумати про звернення до тих туристичних компаній, які враховують інтереси місцевих громад. Тобто на етапі планування поїздки,

потрібно шукайте ті туристичні компанії, які допомагають місцевій громаді та розширюють її можливості, а також дотримуються етичної практики туризму. У цьому випадку, туристи дозволяють місцевим громадам взяти участь у формуванні туристичного досвіду та отримання незабутніх вражень. Таким чином, і туристи, і місцева громада можуть однаково отримати вигоду від туристичної індустрії, щоб побудувати собі повноцінне майбутнє.

*Доцільно шукати місця, що ще невторовані туристами.* Вибираючи такі місця, туристи зменшують наслідки овер-туризму, який може бути серйозною проблемою для вразливого середовища, екосистем і місцевих громад. Тому туристам варто: подумати про поїздку в місце за межами популярного серед туристів району огляду визначних пам'яток; планувати свою подорож в непіковий сезон, коли інших відвідувачів менше, або в менш відоме місце. Подорож поза второваними шляхами дасть можливість туристу поспілкуватися з більшою кількістю місцевих жителів і ґрунтовніше познайомитися з автентичною культурою, а також зробити набагато більше унікальних фотографій без натовпу інших туристів.

Під час подорожі кожен турист має взяти собі за правило: *завжди залишати місце зупинки чистим і охайним.* Деякі мандрівники можуть бути не такими екологічно налаштованими і свідомими і залишають після себе сміття. Тому гарною ідеєю було б прибрати викинутий предмет сміття, і залишити довкілля прибраним і чистим. Варто пам'ятати, що дрібниць у справі збереження навколишнього середовища не має. Навіть просто зібравши один шматок пластику на пляжі, означає, що на один шматок сміття менше потрапить у море.

Ще одна рекомендація для туристів – *подорожувати локально*, тобто обирати потяги чи менш шкідливі для екології види транспорту. Усім відомо, що літаки спалюють велику кількість палива та здійснюють велику кількість викидів CO<sub>2</sub>.

### Індивідуальний рівень



- звернення до туркомпаній, що враховують інтереси місцевих громад
- шукати місця, що невторовані туристами
- залишати місце зупинки чистим
- подорожувати локально
- відшкодування чи компенсація завданої шкоди довкіллю
- користуватися екологічно безпечною тарою
- купувати місцеві продукти
- зупинятися в екодружніх місцях розміщення

### Організаційний рівень



- проводити політику екологізації
- нерозривність виробництва і споживання екотуристичного продукту
- пошук джерел фінансування
- волонтерство
- екологічна сертифікація готелів
- облаштування необхідної інфраструктури
- розширення мережі екостежок
- використання інновацій

### Національний рівень



- удосконалення нормативно-правової бази
- розробка стратегії розвитку екологічного туризму
- впровадження інновацій
- пільгове оподаткування
- активізація співпраці стейкхолдерів
- залучення громадських організацій
- створення належної туристично-рекреаційної інфраструктури
- екологічна просвітницька діяльність

Рис. 3.2. Пропозиції автора щодо розвитку екологічного туризму в Україні з використанням інновацій.  
Джерело: розроблено автором.

Щоб зменшити свій вуглецевий слід, туристам потрібно обирати більш екологічний транспорт, щоб дістатися до свого місця призначення: потяг, автобус або спільне використання автомобілів. Найкращий спосіб це зробити – дослідити країну чи туристичну дестинацію, подорожуючи поїздом.

Інший спосіб, у випадку використання авіаперельоту – подумати про *відшкодування чи компенсації тих викидів вуглецю і шкоди довкіллю*, які були нанесені в результаті авіа перевезення. Це можна зробити через пожертву третій стороні, а саме екологічним організаціям Myclimate або FlyGRN. Або доцільно подумати, як обмежити кількість поїздок на далекі відстані протягом року, щоб зменшити загальний негативний вплив. А в місці призначення, звичайно, найкраще користуватися громадським транспортом, як більш екологічним вибором для пересування.

Останнім часом все більше людей починають пити просту воду. Тому під час мандрівок туристам *краще використовувати екологічно безпечну тару* для води. Обмеження одноразового пластику є, мабуть, однією з найбільших екологічних проблем, з якими стикається людство. Оскільки 91% пластику не переробляється, більша його частина потрапляє в океан або на звалище [75]. Зважаючи на це, замість того, щоб купувати одноразові пластикові пляшки з водою під час наступної подорожі, потрібно купити сталеву пляшку для води, яку можна використовувати упродовж тривалого часу. Це зменшить споживання під час відпустки, пляшку можна взяти з собою додому, що допоможе стати більш екологічним у повсякденному житті. Однак, якщо подорож має місце у локаціях, де вода з-під крана непридатна для пиття, існують інші варіанти. Насамперед, необхідно подумати про придбання таблеток для очищення води, соломинки Life Straw (у перекладі з англійської означає «соломинка життя») або ультрафіолетового очищувача (невеликий, легкий предмет, схожий на паличку, який випромінює ультрафіолетове світло для знищення бактерій, вірусів і найпростіших (паразитів) у воді.

Як прояв підтримки місцевих громад і зміцнення їх економічного стану, туристи можуть *підтримати місцеву економіку, купуючи місцеві продукти*. Здійснюючи покупки на місці, а також купуючи їжу у місцевих торговців чи у ресторанах, туристи переважно віддають перевагу екологічно чистим продуктам, Тому логічно, що вони уникають купувати їжу у мережевих ресторанах швидкого харчування, адже вони, як правило, імпортують продукти з усього світу. Натомість, місцева кухня з екологічно чистих продуктів додасть позитивного туристичного досвіду і вражень, і зменшить викиди вуглецю при транспортуванні продуктів з-за кордону до ресторанів швидкого харчування.

Екологічно свідомі туристи також мають зупинитися *в екологічно безпечних і екодружніх місцях розміщення*. Тут потрібно пам'ятати, що, як правило, вартість не буде не буде коштувати дорожче, ніж типові готелі. Бронюючи розміщення, варто шукати інформацію про заходи щодо енергозбереження та водозбереження. До прикладу, багаторазове використання рушників, використання водозберігаючих душових насадок тощо. Крім того, туристи можуть уникнути одноразового пластикового сміття, якщо візьмуть з собою власні туалетні приналежності замість тих, що постачаються.

Таким чином, перераховані вище пропозиції сприятимуть розвитку свідомого та відповідального ставлення туристів до довкілля і природних ресурсів під час їх поїздок.

***Організаційний рівень.*** Наступною групою пропозицій є ті, що стосуються туристичних компаній та компаній, організацій, дотичних до їх діяльності.

Насамперед, туристичні компанії та суміжні організації мають цілеспрямовано *проводити політику екологізації* створених ними туристичних продуктів. Задля цього вони повинні бути ознайомлені з принципами сталого розвитку та ділитися своїми знаннями зі споживачами їхніх послуг. Щоб ефективно проводити таку екологічно-просвітницьку діяльність очолювати туристичні компанії мають справжні фахівці і професіонали, які здатні зробити свою компанію конкурентоздатною на ринку екологічних рекреаційно-

туристичних послуг, вивести її з ситуації кризи, ризику, нестабільності та невизначеності умов подальшого свого існування.

Суголосною вище означеній пропозиції може стати *нерозривність виробництва та споживання екотуристичного продукту*. Іншими словами на організаційному рівні має бути забезпечена можливість безперервної взаємодії виконавця і споживача. Створення екопродукту чи послуги та її надання мають проводитися синхронно з її споживанням. Послуга гостинності в екологічному туризмі надається тоді, коли є замовлення від клієнта, і він присутній на місці виробництва і надання цієї послуги. Таким чином, виробник екотуристичної послуги має задовольняти потреби споживача, а його продукт має відповідати очікуванням споживача.

Ще однією рекомендацією є здійснення *пошуку додаткових і нетрадиційних джерел фінансування*, зокрема надання платних послуг, добровільні пожертви відвідувачів, різні форми волонтерства та ін.

Популяризація екологічного *волонтерства* може і має стати гарною екологічною ініціативою. Тут мова йде не лише про масові прибирання територій чи висадки дерев. Екологічне волонтерство має сприйматися набагато ширше. Зокрема, організація експедицій волонтерів з метою перевірити якість води в свердловинах, криницях, джерелах та інших водоймах, що належать місцевим громадам. Ще одним ключовим напрямом діяльності волонтерів може стати моніторинг змін у дикій природі, який здійснюється у формі походів у гори чи заповідники, дайвінгу у водоймах з метою фото та відео спостереження за флорою та фауною. Також допомога волонтерів у вирішенні деяких природоохоронних проблем: недопущення підпалів сухої трави місцевими жителями, несанкціонованих сміттєзвалищ побутових відходів на територіях природо-заповідного фонду.

Окрім того, гарною ідеєю є пошук інвесторів, які прагнуть долучитися до екоініціатив місцевої громади. Тут в нагоді стануть цифрові технології, зокрема інвестиційна інтернет платформа, розроблена українськими ІТ фахівцями, з пошуку інвесторів

З огляду на ті проблеми, що виникають у розвитку екологічного туризму та які були описані у попередньому підрозділі, вітчизняні готелі мають провести реконструкцію чи впроваджувати екологічні ініціативи у свою діяльність. Зокрема, готелям в Україні необхідно проходити екологічну сертифікацію їхньої діяльності. Тому громадській організації «Екологічна ініціатива», про яку йшлося в одному з попередніх підрозділів варто спрямувати свої заходи на популяризацію екосертифікації у соціальних мережах, засобах масової комунікації (ТБ, радіо, газети тощо). Причому, цю діяльність потрібно розширювати за рахунок включення в процес екологічної сертифікації й закладів ресторанного бізнесу. Тому надзвичайно актуальним стає проектування і побудова нових готелів, а також повна реконструкція і реставрація наявних готелів із *впровадженням інновацій*, орієнтованих на збереження навколишнього середовища.

*Облаштування необхідної інфраструктури* для здійснення екологічних турів: будівництво притулків, обладнання таборів, кемпінгів та стоянок, бівуаків із застосуванням технологій для мінімізації втрат теплової енергії, світла та ефективного використання енергії, води та інших природних ресурсів.

На рівні організації необхідно *продумати механізми утилізації відходів* від перебування туристів. Задля цього потрібно вивчати досвід і кращі практики роздільного сортування сміття. Наприклад, частина харчових відходів може бути утилізована природою. Решту відходів зі скла, пластику, металу, поліетилену та інших стійких до розкладу матеріалів потрібно сортувати. А головне – необхідно зменшити обсяги їх використання.

Важливим для подальшого розвитку екологічного туризму є продовження *облаштування екостежок та розширення їх мережі* по всіх областях України. Після перемоги люди масово бажатимуть побути на природі, подихати свіжим повітрям, насолодитися тишею та спокоєм. Однак наслідки війни у вигляді замінованих територій, залишків вибухонебезпечних матеріалів мають бути ліквідовані. Тому екостежки стануть гарною альтернативою для туристів провести час на природі і почуватися безпечно.



**Національний рівень.** На цьому рівні відповідальними за реалізацію екологічних ініціатив є держава та її виконавчі органи. Зважаючи на це, пріоритетним у їх діяльності має стати *удосконалення нормативно-правової бази* розвитку екологічного туризму в Україні. Причому при її розробці варто вивчити та критично осмислити зарубіжний досвід та врахувати основні положення міжнародного законодавства.

Пріоритетним заходом у розвитку екологічного туризму на національному рівні має стати *розробка стратегії* його розвитку із широким використанням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та *активним впровадженням інших інновацій* не лише в екологічний туризм, але й в інші види туризму. Однак, розробляючи таку стратегію, потрібно врахувати, що туризм для місцевої громади може мати як позитивний, так і негативний наслідки. З одного боку, збільшення чисельності туристів означає розвиток місцевої економіки і підвищення рівня життя місцевого населення. Але з іншого боку, втручання в місцеву екосистему може призвести до негативного впливу на місцеві природні ресурси, автентичну культуру [5]. Тому важливо дотримуватися принципів сталого розвитку і збалансованості. Стратегія розвитку екологічного туризму в Україні повинна бути довгостроковою та життєздатною, а не орієнтованою на отримання короткочасної вигоди від спілкування з природою. В ній має бути передбачені традиційні та альтернативні варіанти сталого розвитку території місцевих громад, раціонального природокористування та формування ресурсозберігаючої політики місцевої громади і країни в цілому.

Дієвим механізмом сприяння та подальшого розвитку екологічного туризму з використанням диверсифікованих інновацій повинно стати запровадження *пільгового оподаткування* підприємств екологічного туризму та суміжних з ним. У цьому контексті набуває вагомості *активізація співпраці* між органами влади, інвесторами, бізнес-структурами, закладами вищої освіти та науковими установами. Іншими словами, на державному рівні мають бути створені умови ефективної синергії усіх стейкхолдерів екологічно-туристичної діяльності.

Не повинні залишитися осторонь і *громадські організації та громадськість*. Важливо залучати їх до проведення відповідних соціологічних досліджень громадської думки, вивчення позиції і ставлень місцевого населення і туристів, формування нових громадських об'єднань, діяльність яких спрямовано на захист довкілля. Крім того, актуальним завданням громадськості має стати підвищення рівня поінформованості місцевих громад про особливості сталого розвитку, екологічний туризм та його переваги, механізми впровадження принципів екологічного туризму в життя. Зазначимо, що екологічна обізнаність людей зростає, у тому числі про екологічні проблеми світового та місцевого масштабів, зокрема зростання парникового ефекту, збільшення викидів вуглецю, вирубка лісів, перенаселення планети, промислове забруднення та багато інших. Тому пріоритетним завданням має стати екологічне виховання населення, розвиток свідомого та відповідально ставлення до природи, культури, екологічних навичок життя, трудової діяльності та відпочинку.

Необхідно *створити належну рекреаційно-туристичну інфраструктуру*, що відповідає міжнародним стандартам якості, для розвитку екологічного туризму, зокрема в національних природних парках, осередках сільського зеленого туризму, рекреаційних зонах. Причому, широко використовувати переваги, що їх надають інноваційні технології та механізми.

На національному рівні також бажано було б запровадити *екологічну просвітницьку діяльність* у всіх структурних ланках освітньої системи України. Іншими словами, прищеплювати любов до природи рідного краю на рівні дитячого садка і молодшої школи. У середній, старшій школі та позашкільній діяльності більше уваги приділяти екологічному вихованню та зростанню обізнаності школярів з природними і культурними ресурсами місцевості, де вони проживають, навчати принципам свідомого та відповідального ставлення до довкілля. На рівні вищої школи екологічна освіта має включати не лише знання, як зберігати довкілля, але й як допомагати зберегти природні ресурси та автентичні культурні традиції місцевого населення усіх регіонів України. В

освіті дорослих розробляти та впроваджувати інновації, що спрямовані на збереження природи і культури населення.

Таким чином, перераховані вище пропозиції та рекомендації мають бути реалізованими комплексно, тоді результати їх впровадження будуть сприяти виходу туризму з кризи, спричиненої війною та наслідками пандемії COVID-19, та зокрема динамічному розвитку екологічного туризму в Україні. Розподіл пропозицій за рівнями: національний, організаційний та індивідуальний, кореспондує з класифікацією проблем і перешкод, які гальмують розвиток екологічного туризму в Україні, тобто проблеми було проаналізовано за рівнями відповідальності тих сторін, які можуть їх вирішити. Їх було згруповано у такі категорії: держава; місцеві громади та їхнє населення; туристичні компанії, суміжні їм організації та туристи. Виокремлені проблеми розглядалися з точки зору їх вирішення та сприймалися нами як можливі шляхи подальшого розвитку екологічного туризму на теренах України.

## ВИСНОВКИ

У результаті опрацювання отриманих результатів кваліфікаційного дослідження та у відповідності до поставленої мети і завдань, авторка дійшла наступних висновків.

1. В термінологічному апараті кваліфікаційного дослідження відсутній уніфікований підхід до базових термінів «екологічний туризм» та «інновації». Термін «екологічний туризм» розуміють у науковій літературі у широкому сенсі як сталий туризм, а у вузькому значенні – як відпочинок і подорожі на природі. Крім того, синонімічно терміну «екологічний туризм» вживають низку інших термінів, зокрема: «біотуризм», «природний туризм», «еколого-географічний», «пригодницький», «агротуризм», «агро-екологічний», «сільський зелений туризм», «фермерський», «етно-екологічний» та ін. Однак, вони не є повними синонімами і відрізняються за своєю сутністю за критерієм «мотиви до подорожі». У своїй роботі під «екологічним туризмом» розумітимемо такий вид альтернативного туризму, завдяки якому турист подорожує у близькості до природи, активно її пізнає та сприяє її збереженню, відкриває для себе культуру місцевого населення та сприяє її збереженню, витрачає кошти на місцеві послуги гостинності та сприяє економічному зростанню місцевої громади. Аналогічна ситуація спостерігається і з терміном «інновації», які розуміються у науковій літературі у широкому (будь-які нововведення) та вузькому значенні (цифрові технології та технічні новинки).

В контексті об'єкту дослідження, також розрізняють два підходи до сутності інновацій саме в екологічному туризмі: як використання будь-яких нововведень, у тому числі й цифрових технологій, в екотуризмі та як використання екологічних ініціатив у сфері туризму загалом. Аналіз наукової літератури та джерел дає підстави для висновку, що питання використання інновацій в екологічному туризмі перебуває в колі інтересів як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників.

2. Екологічний туризм відіграє значну роль у розвитку туризму та економіки країн, де він розвинений. Його частка в прибутках від всього

туристичного ринку становить понад 20%. Статистичні дані доводять невинне зростання доходів, отриманих від екотуризму, проте обсяги їх різняться. Азійсько-Тихоокеанський має найбільшу частку, яка у 2021 р. становила 56720 млн доларів США. Європа є другим за величиною гравцем на ринку екотуризму з її доходом 45361 млн доларів США у 2021 р. Ринок екологічного туризму у Північно-Американському регіоні також зростає та оцінювався у 2021 р. у 35721 млн доларів США. Африканський і Близько-Східний регіон екотуризму має найнижчі показники, у 2021 р. його ринок було оцінено в 11658 млн доларів США. Найбільшими центрами екотуризму у світі вважаються: Великобританія та Німеччина, Австралія та Нова Зеландія, Південно-Африканські країни, Азія, Фінляндія та Ірландія. Крім того, країни, що розвиваються – Еквадор, Кенія, Непал, Коста-Ріка, Мадагаскар та інші – набувають популярності як світові екотуристичні дестинації.

Зростання доходів безпосередньо залежить від зростання популярності екотуризму та збільшенням числа туристів, які переймаються проблемами екологізації. Для них пріоритетним стає використання екологічних ресурсів; збереження природного середовища; підтримання традицій укладу життя місцевого населення.

Було проаналізовано кілька часто впроваджуваних інновацій в екотуризмі: Global Certification Quickfinder, Green Travel Maps і застосунок Travel Green Europe. Також наведено приклади ефективних практик впровадження інновацій в екоготелях у Румунії, Італії Іспанії та інших країнах, та охарактеризовано особливості інновацій, впроваджених у їх функціонування.

3. Тенденції, що було визначено у процесі кваліфікаційного дослідження, свідчать, що їх можна вважати інноваційними завдяки тому, що: туристи стають більш свідомим і відповідальними по відношенню до довкілля та до добробуту й культури місцевого населення туристичної дестинації. Їх чисельність невинно зростає і нині становить понад 55% усіх туристів. Серед інших інноваційних тенденцій – зростання популярності екотурів, кількості та популярності екоготелів, взаємодія з місцевою громадою. Впровадження

екологічних ініціатив, зокрема вибір екоготелів для розміщення, вибір більш екологічного транспорту, стейкейшн (вибір подорожей на невеликі відстані чи поблизу домівки без використання транспорту), завдяки якому зменшуються вуглецеві викиди в повітря та проявляється турбота про довкілля. Також вони інноваційні, тому що у туристичній діяльності використовуються цифрові технології – мобільні застосунки, Google maps, навігатори тощо.

4. Здійснений аналіз впровадження інновацій у вітчизняному екологічному туризмі засвідчив, що Україна має потужний ресурсний потенціал для його подальшого розвитку. Хоча Україна і програє у порівнянні з країнами Європи, наприклад, за показником заповідності, все ж таки тут цілком достатньо природних ресурсів. З'ясовано, що розвиток екологічного туризму в Україні можливий за двома напрямками: як відпочинок туристів у та поблизу природоохоронних територій або в межах міста та приміській місцевості.

Описано досвід використання цифрових технологій Херсонщини з метою інформування туристів про рекреаційні можливості області і одночасного підвищення цифрової грамотності місцевого населення. Результатом інноваційних впроваджень стала спеціальна віртуальна карта, за допомогою якої можна переглянути всі визначні туристичні місця області та біосферного заповідника, знайти місце для відпочинку. Інноваційні цифрові технології для розвитку екологічного, культурного, сімейного, релігійного, історичного, також широко впроваджувалися в довоєнний період і в інших громадах України: створення веб-сайту «Київщина туристична»; оцифровано понад 30 маршрутів по Київщині та створено відповідну Google карту, на якій розміщено 338 нових локацій; використання системи екологічної сертифікації, зокрема стосовно діяльності готелів, та ін. Найпопулярнішою інновацією стала екостежка з її інтерактивними можливостями. Було описано таку екостежку у Голосіївському районі м. Київ за підтримки Міністерства екології та природних ресурсів України.

5. Екологічний туризм та використання інновацій в ньому стикається з низкою проблем, які було систематизовано за рівнями відповідальності:

держава; громада та місцеве населення; туристичні компанії, суміжні організації та туристи. До категорії проблем, що пов'язані з державою і державними органами, було віднесено ті, що можуть бути вирішені на національному рівні: недосконалість законодавчої бази з регулювання туристичної галузі, відсутність спеціальних програм підтримки підприємницької діяльності в екотуризмі; відсутність належних механізмів оподаткування та ін. До другої категорії «громада/місцеве населення» віднесено ті проблеми, вирішення яких може бути здійснене на місцевому рівні: недосконала система просування екотуристичних послуг, неналежна туристично-рекреаційна інфраструктура, низька поінформованість населення про сталість розвитку громади та ін. Третя категорія проблем стосується діяльності туристичних компаній, суміжних до галузі організацій, та туристів: невідповідність закладів розміщення потребам екотуристів, низька якість екотуристичного продукту та ін. Власне й сам екотуризм може стати проблемою, через те, що деякі візити екотуристів проводяться в чутливі періоди розмноження тварин, еко туристи часто подорожують до екологічно вразливих територій тощо.

б. Авторкою було підготовлено низку пропозицій з усунення перешкод і вирішення проблем у подальшому розвитку екологічного туризму та використання інновацій. Їх було систематизовано за трьома рівнями: індивідуальний (звертатися до тих туристичних компаній, які враховують інтереси місцевих громад, шукати місця, що ще невторовані туристами, підтримати місцеву економіку, купуючи місцеві продукти та ін.); організаційний (проводити політику екологізації; популяризувати екологічне волонтерство; проводити екологічну сертифікацію діяльності готелів та ін.); національний (розробка стратегії розвитку екотуризму із широким використанням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та активним впровадженням інших інновацій; запровадження пільгового оподаткування підприємств екологічного туризму та суміжних з ним; створення належної рекреаційно-туристичної інфраструктури; запровадження екологічного просвітництва та ін.).

Отримані результати кваліфікаційного дослідження не вичерпують усієї повноти проблеми використання інновацій в екологічному туризмі. Відтак, перспективними напрямками подальших наукових розвідок можуть бути аналіз кращих світових практик впровадження інновацій в екологічному туризмі; порівняльні дослідження, прикладні дослідження з описом результатів використання сучасних інноваційних технологій для розвитку здорового суспільства, економічного зростання місцевих громад, збереженні їх культурної спадщини, популяризації дбайливого ставлення до природи та природних ресурсів.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко В. Екотуризм: блог. 2022. URL: <https://vidpochivai.com.ua/uk/blogs/ekoturizm/>
2. Бабушко С. Р. Професійний розвиток фахівців сфери туризму в США та Канаді: монографія. К.-Ніжин: Видавець ПП Лисенко М. М., 2015. 424 с.
3. Бабушко С. Р., Попович С. І. Використання VR та AR технологій у туристичному бізнесі. Управлінські науки в сучасному світі: зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. (22-23 листопада 2018 р., м. Київ). Київ, 2018. С.5-8.
4. Бабушко С.Р., Крікун Л.А., Попович С.І. Смарт туризм: аналіз змін у сфері туризму. Міський туризм: реалії, виклики, перспективи: міжнародна науково-практична конференція, Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 27 березня 2020 р. К: КНУ ім. Т. Шевченка, 2020. С. 44- 46.
5. Безугла Л. С. Популяризація українського екотуризму на міжнародних ринках. Економічний вісник. 2021. № 3. С.105-114.
6. Бизнес: оксфордский толковый словарь. Англ.-рус. М.: Прогресс –Академия РГГУ, 1995. С. 318.
7. В Голосіївському лісі відкрилася екостежка. Який вона має вигляд? Хмарочос. 2019. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/05/24/v-golosiivskomu-lisi-vidkrylasya-ekostezhka-yakij-vona-maye-vyglyad-foto/>
8. Віртуальний туризм: звідки на Google-картах з'являється інформація. УНІАН. 2019. URL: <https://www.unian.ua/tourism/lifehacking/10808756-virtualniy-turizm-zvidki-na-google-kartah-z-yavlyayetsya-informaciya.html>
9. Глебова А. Інформаційно-інноваційні технології в процесах туристичного обслуговування. Глобальні та національні проблеми економіки: Вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського. Вип.13. Миколаїв: МНУ, 2016. С. 230-235.

- 10.Глебова А. О. Інноваційні технології у туристичній галузі. Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 2(8). URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/glebova2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm)
- 11.Дащук Ю. Є., Лепкий М. І. Досвід використання SMART-технологій в управлінні туристичним продуктом міста. Приазовський економічний вісник. 2019. Вип. 3(14). С. 294-298.
- 12.Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2004. 102 с.
- 13.Довгаль О. В., Безугла Л.С. Регіональна інноваційна модель розвитку екотуристичної інфраструктури. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2020. Вип. 2. С. 25-34. | DOI: 10.31521/2313-092X/2020-2(106).
- 14.Дубасенюк О.А. Інновації в сучасній освіті. Інновації в освіті: інтеграція науки і практики: збірник науково-методичних праць / за заг. ред. О. А. Дубасенюк. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. – С. 12-28.
- 15.Жураєва К. А. Інноваційні технології у туризмі. URL: <http://www.geograf.com.ua>
- 16.Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій». Відом. Верхов. Ради України (ВВР). 2010. № 12. С. 93.
- 17.Закон України «Про інвестиційну діяльність». Відомості Верховної Ради України. 1991. № 47. – С. 646.
- 18.Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. ВВР України. 2002. С. 266.
- 19.Закон України «Про наукову та науково-технічну діяльність». ВВР України. 1992. С. 165.
- 20.Інновації: проблеми науки та практики: монографія / В. М. Гриньова, А. В. Гриньов, Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, П. А. Орлов, В. С. Пономаренко, О. М. Ястремська та інші. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. 336 с.
- 21.Інноваційні технології. Вікіпедія. 2023. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
- 22.Інтеграційні та стабілізаційні основи екологічного туризму. Туризм. Букліб. 2023. URL: <https://buklib.net/books/27324/>

23. Кіндрик Т.О., Головінов О.М. Інноваційна діяльність в туристичному господарстві України. Ефективні інструменти сучасних наук: матеріали конференції, 2010. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kindryk.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kindryk.htm)
24. Клімова Г. П. Інноваційне суспільство як імператив сучасності. 2020. URL: [https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2019/29.11.19/29\\_11\\_2019\\_22.pdf](https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2019/29.11.19/29_11_2019_22.pdf)
25. Ковальчук Т. Інноваційний маркетинг. Економіка України. 1995. № 8. С. 89-90.
26. Комунікаційні та інформаційні технології в туризмі: теоретико-методичний аспект / В. Білозубенко, М. Разінькова, Н. Небаба, О. Ятчук. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки». 2020. № 3(147). С. 48-56.
27. Краткий словарь современных понятий и терминов / Под ред. В. А. Макаренко и др. М.: Республика, 2000. 201 с.
28. Кузнецова Ю. А. Особенности типологии инноваций зарубежных и отечественных ученых. Инновационная деятельность. 2014. № 3. С. 31-40.
29. Лібенко Ю. С., Гутарева Ю. В. Екологічний туризм в умовах пандемії COVID-19: проблеми та перспективи розвитку. Economics: time realities. 2021. № 3(55). С. 68-73.
30. Лібенко Ю. С., Гутарева Ю. В. Екологічний туризм в умовах пандемії COVID-19: проблеми та перспективи розвитку. Economics: time realities. 2021. №3(55). С. 68- 73.
31. Маркевич К. SMART-інфраструктура у сталому розвитку міст: Світовий досвід та перспективи України аналітична доповідь. К.: Центр Разумкова, Вид. «Заповіт», 2021. 400 с.
32. Маселков А.В., Поясник О.Ю., Іщенко Т.І. Інноваційний підхід до впровадження концепції «Екологічний готель». URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/maselkov.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/maselkov.htm)
33. Міжнародна програма «Green Key». 2018. URL: [www.greenkey.global](http://www.greenkey.global)
34. Морохова В. О., Смолич Д. В. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Луцьк: Вежа-друк, 2017. 248 с.

35. Папп В. В., Бошота Н. В. Роль соціальних та бізнес-мереж у діяльності туристичних підприємств. Економіка та суспільство: електронний науковий фаховий журнал. Мукачево. 2018. № 14. С.619-625.
36. Посохов І. С., Сагайдачна А. В. Перспективи розвитку екологічного туризму в Україні. Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Вип. 9. 2019. С. 203-212. DOI: 10.26565/2310B9513B2019B9B25
37. Природно-заповідний фонд України: офіційний сайт. 2021. <http://pzf.menr.gov.ua>
38. Природо-заповідний фонд. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. 2023. URL: <https://wownature.in.ua/oberihaymo/pryrodno-zapovidnyy-fond/>
39. Пушка О. С., Тіхонова Д. Ю. Розвиток сучасних еко-тенденцій у готельних господарствах міста Києва. К.: Національний університет харчових технологій. 2020. URL: [https://knowledge.allbest.ru/economy/3c0a65625a3bc79b5c53b88421206d36\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/economy/3c0a65625a3bc79b5c53b88421206d36_0.html)
40. Регула А. Інновації в туризмі: екологічний туризм. Сталий розвиток України: проблеми і перспективи: збірник матеріалів IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. Кам'янець-Подільський: Медобори, 2016. С.148-150.
41. Романенко О.О., Яворська О. Г. Особливості інновацій в туризмі та індустрії гостинності. Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 8. С.5-9.
42. Савицький Е. Е. Інноваційні технології в аграрній сфері: сутність, класифікація та українські реалії. Економіка АПК. 2014. №2. С. 110- 116.
43. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства: навч. посіб. М.: КНОРУС, 2007. 250 с.
44. Сорокіна Г.О. Екологічний туризм: навчальний посібник. Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 206 с.

45. Туник О. М. Смарт-туризм: система взаємовідносин в дестинації. Міжнародний туристичний бізнес: зб. наук. ст. студ. денної і заочної форми навч. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2017. С. 329-335.
46. Туризм віртуальний і реальний. 2021. URL: <http://askania-nova-zapovidnik.gov.ua/2015/03/23/turizm-virtualnij-i-realnij/>
47. Удворгелі Л. І., Козар Я. І. Тенденції розвитку екологічного туризму в Україні. 2020. URL: [http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6862/1/Trends %20in%20 the %20de velopment of %20ecological tourism %20in %20Ukraine .pdf](http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6862/1/Trends%20in%20the%20development%20of%20ecological%20tourism%20in%20Ukraine.pdf)
48. Худоба В.В., Дабарткава В. К. Концептуально-теоретичні аспекти сільського зеленого туризму. Сільський та екологічний туризм: комплект лекцій. 2019. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/23931/1/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%205.pdf>
49. 10 найцікавіших еко-френдлі готелів світу. Lifestyle Ukraine. 2020. URL: <https://eventukraine.com/travel/10-najcikavishih-eko-frendli-goteliv-svitu/>
50. Absolute Carpathian. Tourism 2030. 2022. URL: <https://destinet.eu/good-practices/etgg2030-sme-sustainability-best-practice-collection/absolute-carpathian>
51. Australian National Ecotourism: official site. 2023. URL: <https://www.ecotourism.org.au/>
52. Blasla Hof. Tourism 2030. 2022. URL: <https://destinet.eu/good-practices/etgg2030-sme-sustainability-best-practice-collection/blasla-hof>
53. Bohdanowicz, P. Environmental Awareness and Initiatives in the Swedish and Polish Hotel Industries: Survey Results. International Journal of Hospitality Management. 2009. №6. С.36-52.
54. Booking.com. 2022. Travel Predictions. URL: <https://www.booking.com/c/trends/travelpredictions2022.en-gb.html>

- 55.Booking.com: Sustainable Travel Report. 2022. URL: <https://globalnews.booking.com/download/1161485/booking.comsustainabletravelreport2022final.pdf>
- 56.Ceballos-Lascuráin, H. Ecotourism as a worldwide phenomenon. North Bennington, USA. 1993. URL: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19941800465>
- 57.Ecoretreat. Tourism 2030. 2022. URL: <https://destinet.eu/good-practices/etgg2030-sme-sustainability-best-practice-collection/ecoretreat>
- 58.Ecotourism and sustainable tourism statistics. Radical Storage. 2022. URL: <https://travel.radicalstorage.com/ecotourism-statistics/>
59. Ecotourism Market Size, Shape and Forecast to 2030: Report. Straits Research. 2021. URL: <https://straitsresearch.com/report/ecotourism-market>
- 60.Ecotourism Market Size, Share & Trends: Analysis Report by Activity Type (Land, Marine), by Group (Solo, Group), by Booking Mode, by Age Group, by Region, and Segment Forecasts, 2022 – 2030. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/ecotourism-market-report>
- 61.European Federation for Farm and Village Tourism EuroGites. 2023. URL: <https://destinet.eu/background/>
- 62.Firman A., Moslehpour M., Qiu R., Lin P. K., Ismail T., Rahman F. The impact of eco-innovation, ecotourism policy and social media on sustainable tourism development: evidence from the tourism sector of Indonesia. Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 2022. DOI: 10.1080/1331677X.2022.2143847
- 63.Gyan P. Nyaupane. (2007) Ecotourism versus Nature-based Tourism: Do Tourists Really Know the Difference?, *Anatolia*, 18:1, 161-165, DOI: 10.1080/13032917.2007.9687044
- 64.Hankinton G. Relational network brands. *Journal of Vacation Marketing*. 2004. Vol.10(2). P.109-121.
- 65.International Ecotourism Society (TIES): official site. 2023. URL: <https://ecotourism.org/>

- 66.Lindberg K., Enriquez J., Sproule K. Ecotourism questioned: Case studies from Belize. *Annals of Tourism Research*. 1996. Vol. 23(3). P. 543-562.
67. Market size of the ecotourism sector worldwide in 2019, with a forecast for 2027. 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1221034/ecotourism-market-size-global>
- 68.Mathew P. V., Sreejesh S. Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2017. Vol. 31. P. 83-89. DOI:10.1016/j.jhtm.2016.10.001
- 69.Morais D. B., Dorsch M. J., Backman S. J. Can tourism providers buy their customers' loyalty? *Journal of Travel Research*. 2004. Vol.42(3). P.235-243.
- 70.OECD, Eurostat. Oslo manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data. Paris: OECD, 2005.
- 71.Pikkemaat B. Innovation in small and medium-sized tourism enterprises in Tyrol, Austria. *Entrepreneurship and Innovation*, 2008. Vol. 9(3). P. 187-197.
- 72.Pujar S. C. Ecotourism industry in India: A review of current practices and prospects. *Anatolia*, 2021. Vol. 32(2). P. 289-302. URL: <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1861040>
- 73.Rogers S. Innovation in food service technology and its strategic role. *International Journal of Hospitality Management*. 2007. Vol. 26(4). P. 899-912.
- 74.Schumpeter J. *The Economics and Sociology of Capitalism*. Princeton, N. Y., 1991. 413 p.
75. Super simple sustainable travel tips. Booking.com. 2023. URL: <https://www.booking.com/articles/super-simple-sustainable-travel-tips.en-gb.html>
- 76.Thakur A. Technological innovations in the hospitality and tourism industry. University of Petroleum and Energy Studies, India, 2022. 26 p.
- 77.United Nations Environment Programme and World Tourism Organization. *Tourism in the Green Economy – Background Report*. Madrid: UNWTO, 2012. 167 p.

78. What is Innovative Technologies? IGI Global. 2022. URL: <https://www.igi-global.com/dictionary/engaging-adult-learners-innovative-technologies/14714>
79. World Tourism Organization UNWTO. 1990-2020. URL: <http://mkt.unwto.org/barometer>



## ДОДАТКИ

Додаток А

## Екоготель Hoshinoya Karuizawa (Японія)



Foto de Luis Rodriguez

*Джерело: [10 найцікавіших].*

## Глемпінг Sármí Nature Camp (Швеція)



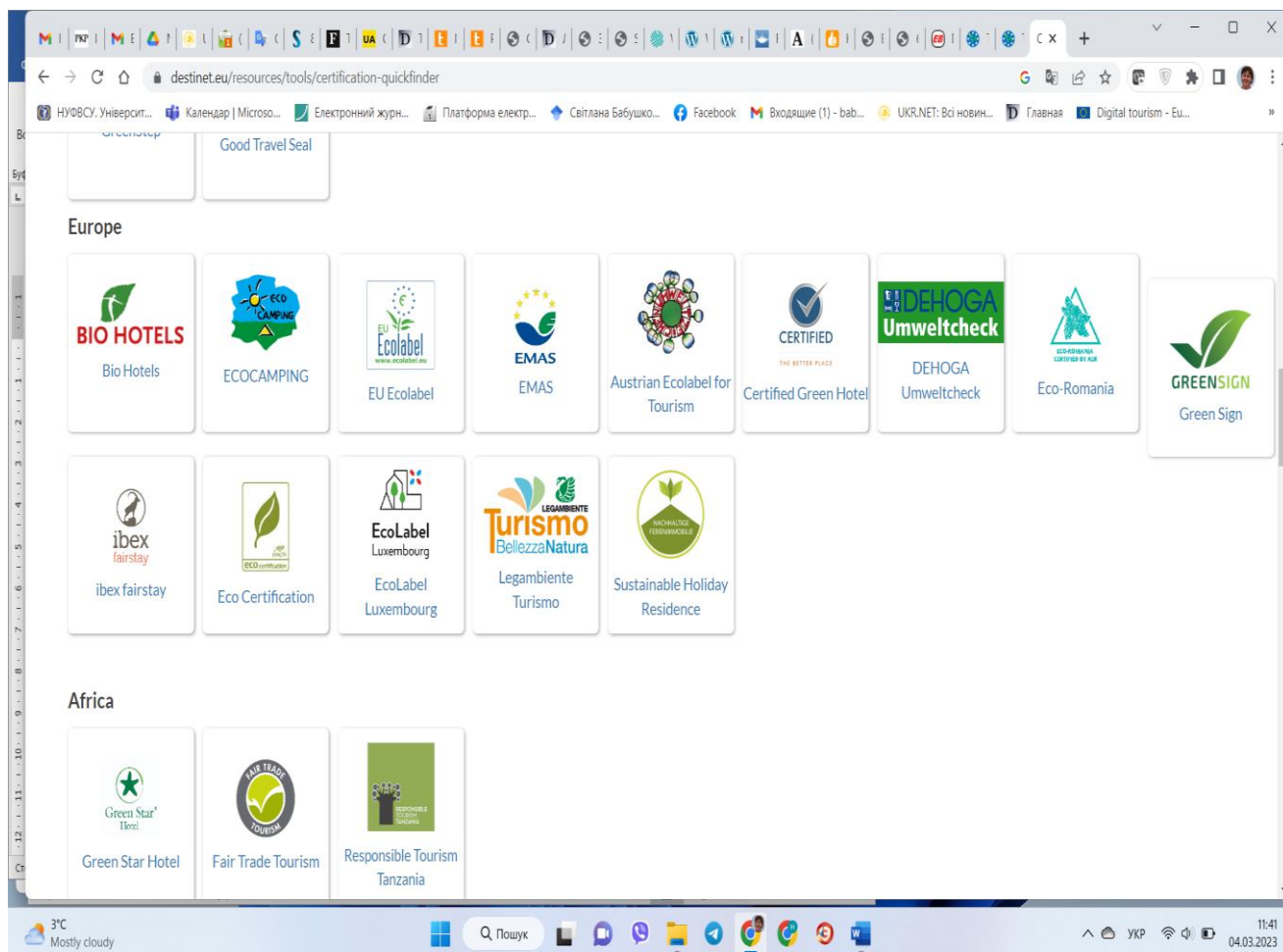
*Джерело: [10 найцікавіших].*

## Цифрові інновації в екологічному туризмі в Європі



Джерело: [61].

## Програми сертифікації туристичних продуктів і послуг в Європі



Джерело: [61].

**Карта природо-заповідних об'єктів і територій України**

*Джерело: [37; 38].*

## Умовний поділ туристичної Київщини для оцифрування туристичних пам'яток

**Яготин-Бровари-Бориспіль**  
**Іванків-Фастів-Обухів**  
**Біла Церква-Богуслав-Тетіїв**



Джерело: [8].

Процес зйомки віртуального туру

**Процес зйомки віртуального туру**



Джерело: [8].

**Готелі України, що пройшли міжнародну екологічну  
сертифікацію «Green Key»**

<b>Назва екоготелів</b>	<b>Кількість екоготелів</b>	<b>Місцерозташування</b>
Екодім «Maison Blanche» (Березівка)	2	Київська область
Екодім «Maison Blanche» (Митниця)		
Radisson Blu Hotel, Київ, Поділ	5	м. Київ
Екодім «Maison Blanche B&B»		
Park Inn by Radisson, Київ, Троїцька площа		
Radisson Blu Hotel Kyiv, Київ, Ярославів вал		
Inter Continental Hotel, Київ		
Radisson Blu Resort Bukovel	1	Івано-Франківська область

*Джерело: за матеріалами [36].*

## Інтерактивна екостежка та її облаштування у Голосіївському лісі, м. Київ



Джерело: [ 7].



Джерело: [ 7].

